

↳ Rapport de contre-enquête sur l'audiovisuel public

tout ce que le « rapport Alloncle »
passe volontairement sous silence

Établi par les auteurs et autrices du réel

Sources officielles vérifiées – Avril 2026

LaScam*

Avertissement méthodologique

Le présent rapport constitue une **contre-enquête citoyenne et professionnelle** en réponse aux travaux de la Commission d'enquête de l'Assemblée nationale sur l'audiovisuel public, dont le rapporteur est M. Charles Alloncle (UDR). Il est établi par LaScam, regroupant des professionnels, des chercheurs, des journalistes et des représentants de la société civile.

La commission d'enquête sur l'audiovisuel public a conduit ses travaux du second semestre 2025 au premier trimestre 2026. Ses méthodes ont été largement critiquées notamment par les personnes auditionnées : questions répétitives orientées vers des conclusions prédéterminées, rejet des éléments de contexte, usage sélectif des chiffres, publications fallacieuses voire erronées sur les réseaux. Ce rapport documente ces manquements et apporte **le récit que la commission a passé sous silence**.

Toutes les données figurant dans ce rapport sont **sourcées et vérifiables**. Chaque référence est accompagnée d'un lien cliquable vers la source primaire. Les lecteurs et lectrices sont invitées à exercer leur propre vérification.

Stupéfaits par les méthodes du rapporteur Charles Alloncle, des auteurs et autrices du réel ont donc décidé de faire leur métier : documenter le réel, vérifier les sources, contextualiser le débat... Ce rapport de la LaScam est mis à la disposition du public, des parlementaires et des médias.

Préambule

Pourquoi ce contre-rapport ?

Partie 1

Rappel des principes du Service Public de l'Audiovisuel, de son histoire et contexte dans lequel la commission d'enquête a vu le jour.

→ Prologue

→ Chapitre 1

5 années d'une campagne contre le Service Public de l'Audiovisuel construite par le RN (2021-2026)

→ Chapitre 2

Au cours de la commission d'enquête, Charles Alloncle plagie Trump dans ses éléments de langage et répercute en France la guerre culturelle engagée aux États-Unis.

→ Chapitre 3

Public, privé, quelles différences pour les radios et télévisions ?

Partie 2

Ce que la commission Alloncle n'a pas dit. La contre-enquête sur le Service Public de l'Audiovisuel.

→ Chapitre 1

La situation budgétaire de France TV : faillite de l'entreprise ou faillite de la tutelle ?

→ Chapitre 2

Les 4 milliards : une dépense ou un investissement de souveraineté ?

→ Chapitre 3

Les émissions de divertissement qui permettent de financer le service public : le paradoxe que le rapporteur refuse de voir

→ Chapitre 4

Le sport en clair : sans France TV, le tour de France devient payant

→ Chapitre 5

Solidarité nationale : le Téléthon, le sidaction, le papotin — Ce que le marché ne fera jamais

→ Chapitre 6

Démocratie et vie de la nation : débats parlementaires, commémorations, pluralisme

→ Chapitre 7

Création française : documentaires, fictions animation, patrimoine — La colonne vertébrale du secteur

→ Chapitre 8

Jeunesse : un espace sûr, sans pub, sans profilage des enfants

→ Chapitre 9

L'informations locale : France 3, ICI, les outre-Mer / Le seul récit des territoires

→ Chapitre 10

L'investigation de service public : un contre-pouvoir sans équivalent.

→ Chapitre 11

Gravité 1 — La guerre informationnelle : La France en première ligne

→ Chapitre 12

Gravité 2 — La guerre de l'attention : Formats longs contre économie du scroll

→ Chapitre 13

À qui profiterait la privatisation, même partielle du Service Public de l'Audiovisuel ? La leçon des autoroutes.

→ Chapitre 14

Comparatif européen : La France sous-finance son service public

→ Chapitre 15

99,99% du contenu du Service Public de l'Audiovisuel public invisibilisé par une douzaine d'anecdotes sélectionnées par Charles Alloncle.

Annexe

Conclusion

Défendre le Service Public de l'Audiovisuel, c'est défendre la République et la démocratie.

Préambule ↘

— Pourquoi
ce contre-rapport ?

Parce qu'à l'heure où la France est le deuxième pays européen le plus ciblé par la désinformation étrangère, où les GAFAM captent quatorze fois plus de recettes publicitaires que tout le Service Public de l'Audiovisuel réuni, où la santé mentale des jeunes a été déclarée Grande cause nationale, affaiblir l'audiovisuel public serait une faute historique de souveraineté.

Le 27 avril 2026, Charles-Henri Alloncle, député de l'Union des droites pour la République (UDR), devrait remettre le rapport de la commission d'enquête parlementaire « sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public ». Ce rapport, annoncé comme un travail d'objectivation, est en réalité construit autour d'une thèse préétablie : celle d'une « gabegie » et de biais idéologiques, nécessitant une réforme en profondeur, voire un démantèlement par étapes du service de l'audiovisuel public.

Des auteurs et autrices de LaScam ont suivi l'ensemble des auditions, vérifié les chiffres avancés, confronté les déclarations du rapporteur aux documents officiels de la Cour des comptes, de l'Arcom, du Sénat, de l'Assemblée nationale, de l'AFM-Téléthon, de Médiamétrie, du CNC, du SEAE (Service Européen pour l'Action Extérieure) et de VIGINUM. Le constat est sans appel : les auditions menées par le rapporteur Charles Alloncle ont été structurellement biaisées par ce qu'elles ont omis.

Ce contre-rapport n'est pas un plaidoyer complaisant. Le Service Public de l'Audiovisuel peut être amélioré, a des marges de progrès dans sa gestion, des rigidités à corriger et peut-être ponctuellement des conflits d'intérêt à régler. Cependant **LaScam refuse que des failles marginales servent d'alibi à une offensive idéologique dont l'aboutissement logique est la privatisation ou la réduction du périmètre du service public**, c'est-à-dire la remise d'une infrastructure démocratique dans les mains d'un petit nombre d'actionnaires privés, dans un pays où ces derniers possèdent déjà une grande majorité de l'édition, des médias de presse écrite, numériques ou audiovisuels.

Ce document est long. Il se veut un document de référence. Il s'appuie sur plus de 150 sources publiques, vérifiables, cliquables. Il a vocation à outiller parlementaires, journalistes, citoyens et responsables associatifs dans le débat ouvert.

Partie 1 ↘

— Rappels des principes du Service Public de l'Audiovisuel, de son histoire et contexte dans lequel la Commission d'enquête a vu le jour.

Prologue ↘

— Brève histoire du Service
Public de l'Audiovisuel,
pour se rappeler d'où
nous venons

I. Aux origines : l'État et la « T.S.F. » (1921–1944)

L'histoire du Service Public de l'Audiovisuel français commence bien avant la télévision. Elle naît avec la radio, dans les années folles d'une France encore marquée par la Grande Guerre. En 1921, l'émetteur de la Tour Eiffel diffuse les premières émissions régulières : bulletins météorologiques, concerts retransmis depuis l'Opéra-Comique, lectures de pièces de théâtre. La « sans-fil », comme on la nomme alors, fascine autant qu'elle inquiète.

La loi de finances du 30 juin 1923 constitue le premier fondement juridique de la radiodiffusion en France. Elle étend à la radioélectricité le monopole d'État déjà en vigueur pour la télégraphie, consacrant le principe selon lequel l'usage des ondes relève de la souveraineté publique. Ce monopole, précisé par le décret du 24 novembre 1923, n'est toutefois pas absolu : des stations privées sont autorisées par dérogation, ce qui conduit à une coexistence entre secteur public et privé dans l'entre-deux-guerres.

Source : [Corpus des législations relatives au télégraphe, au téléphone, à la radiophonie et à la télévision](#)

Les années 1930 voient cette cohabitation paradoxale entre stations publiques et postes privés. Radio Paris, Radio Lyon, mais aussi Poste Parisien ou Radio Cité se font concurrence. Il faudra attendre le gouvernement du Front Populaire pour que la Radiodiffusion Nationale prenne forme, en 1936, avec l'ambition affichée d'une radio éducative, culturelle, au service de tous les citoyens, non d'intérêts particuliers.

L'Occupation nazie mettra brutalement fin à cet élan. La radiodiffusion devient instrument de propagande. La BBC française depuis Londres, puis Radio Alger depuis l'Afrique du Nord libérée, incarnent la résistance. Le général De Gaulle comprend alors le pouvoir stratégique des ondes.

II. La Libération et le monopole absolu (1944–1964)

À la Libération, la question est tranchée net. Par ordonnance du 23 mars 1945, l'État instaure le monopole public total sur la radiodiffusion. La Radiodiffusion-Télévision Française (RTF) est créée en 1949. La France compte 24 000 postes récepteurs en 1952. Un million en 1959. Dix millions en 1968, soit plus de 60 % des foyers équipés. En vingt ans, le Service Public Audiovisuel est devenu, pour la première fois de son histoire, un acteur de masse.

Source : [La télévision : Histoire d'un objet de consommation 1945-1985](#)

III. L'ORTF, entre tutelle et légitimité (1964–1974)

La création de l'ORTF en 1964 est présentée comme une modernisation. En réalité, le lien de dépendance à l'égard du pouvoir politique demeure. La grève des journalistes de mai 1968, 80 % du personnel en arrêt de travail, révèle une institution fracturée entre son rôle de « voix de la France » et les aspirations professionnelles de ses équipes.

Le président Pompidou résume l'ambiguïté en une formule demeurée célèbre : « **Être journaliste à l'ORTF, ça n'est pas la même chose que d'être journaliste ailleurs. L'ORTF, qu'on le veuille ou non, c'est la voix de la France. C'est considéré comme tel à l'étranger et c'est considéré comme tel par le public.** » Formule d'une honnêteté brutale, qui dit tout de l'ambiguïté entre intérêt public et intérêt gouvernemental.

Source : [INA- Georges Pompidou considère la télévision comme la voix de la France](#)

Mais il y a d'un côté l'information et de l'autre côté les programmes. C'est au sein de l'ORTF que naissent des émissions devenues légendaires comme « *Cinq colonnes à la Une* », « *Les Dossiers de l'écran* », « *Apostrophes* ». La télévision publique invente un rapport au savoir, à la littérature, à l'histoire, qui n'a guère d'équivalent à l'époque dans le monde audiovisuel occidental.

IV. L'éclatement de l'ORTF et la naissance du « PAF » (1974–1987)

Le 7 août 1974, Valéry Giscard d'Estaing signe l'éclatement de l'ORTF en sept entités distinctes, effectives au 1er janvier 1975 : TF1, Antenne 2, FR3, Radio France, l'INA, TDF et la SFP. Quand bien même cette concurrence interne au secteur modernise le Paf, le maintien du monopole apparaît de plus en plus comme contraire au pluralisme et démodé. Il sera vivement contesté par le mouvement des radios libres qui seront légalisées par le gouvernement socialiste de Pierre Mauroy

1982 – 1987 Une rupture historique : la suppression du monopole et la privatisation de TF1

La loi du 24 juillet 1982 consécutive à l'élection de François Mitterrand à la présidence de la République ouvre la voie à l'apparition de médias privés. Jusque et y compris avec la privatisation controversée de TF1 en 1987 (vendue à Bouygues pour 3 milliards de francs) sous l'égide du gouvernement de cohabitation dirigé par Jacques Chirac. C'est en 1982 aussi qu'est créée une autorité de régulation indépendante, la Haute Autorité devenue la CNCL (1986) puis le CSA (1988) dont les compétences n'ont cessé de s'étendre. Avec la création de ces instances, le service public s'émancipe de plus en plus de l'influence de l'exécutif : toujours voix de la France, moins voix du Gouvernement.

L'apparition de nouvelles chaînes commerciales privées et la privatisation de TF1 déstabilisent évidemment le service public. Une politique publique faite d'injonctions contradictoires, combinée à un manque de précision quant aux missions du Service Public de l'Audiovisuel datent de cette époque et continuent à se faire sentir.

Source : [François Léotard annonce la privatisation de TF1](#)

V. De 1987 à l'ère numérique : la quête identitaire

La décennie suivant la privatisation de TF1 est celle d'une quête identitaire pour le service public. France Télévisions est créée en 1992 comme holding fédérant France 2 et France 3. Arte naît en 1992 d'un traité franco-allemand, chaîne culturelle binationale, sans publicité, entièrement dédiée à la création. La Cinquième (future France 5) voit le jour en 1994 avec une mission éducative et documentaire affirmée.

La loi du 5 mars 2009, initiée par Nicolas Sarkozy, supprime la publicité sur France Télévisions après 20 heures. La compensation par l'État était censée garantir l'indépendance financière. La réalité sera plus complexe : **les dotations ne compenseront jamais intégralement les pertes publicitaires**, créant l'étau financier que dénonce aujourd'hui la Cour des comptes.

Source : [Loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle](#)

VI. La suppression de la redevance et l'enjeu de l'indépendance rappelée par le Conseil constitutionnel (2022)

La loi du 16 août 2022 de finances rectificatives, **supprime la Contribution à l'Audiovisuel Public (CAP)**, plus connue sous le nom de « redevance », instituée pour la première fois par la loi du 31 mai 1933. En lieu et place, une fraction du produit de la TVA est affectée à l'audiovisuel public à titre provisoire jusqu'en 2024. [La loi organique n° 2024-1177 du 13 décembre 2024](#) pérennise ce mécanisme, en modifiant la loi organique relative aux lois de finances (LOLF) pour permettre l'affectation durable d'une fraction de TVA aux sociétés de l'audiovisuel public.

Mais le point juridiquement essentiel est la décision du 12 août 2022 du Conseil constitutionnel qui valide la suppression de la CAP, mais sous **deux réserves d'interprétation** aux effets contraignants. Il rappelle d'abord le fondement constitutionnel de l'indépendance de l'audiovisuel public, en des termes précis qui méritent d'être cités intégralement :

« La libre communication des pensées et des opinions ne serait pas effective si le public auquel s'adressent les moyens de communication audiovisuels n'était pas à même de disposer, aussi bien dans le cadre du secteur privé que dans celui du secteur public, de programmes qui garantissent l'expression de tendances de caractère différent en respectant l'impératif d'honnêteté de l'information. (...) Les auditeurs et les téléspectateurs (...) doivent être à même d'exercer leur libre choix sans que ni les intérêts privés ni les pouvoirs publics puissent y substituer leurs propres décisions. »

Il en tire ensuite la conséquence directe :

« En supprimant, à compter du 1er janvier 2022, la contribution à l'audiovisuel public, les dispositions contestées sont susceptibles d'affecter la garantie des ressources du secteur de l'audiovisuel public qui constitue un élément de son indépendance, laquelle concourt à la mise en œuvre de la liberté de communication. »

Et pose les deux réserves : le législateur doit, **dans chaque loi de finances**, fixer le montant des ressources de l'audiovisuel public « *afin que les sociétés et l'établissement*

de l'audiovisuel public soient à même d'exercer les missions de service public qui leur sont confiées ». Le Conseil ajoute explicitement qu'il « sera le juge du respect de ces exigences ».

Sans garantir le maintien d'une redevance, les sages constitutionnalisent l'obligation de financement adéquat et pérenne comme condition de la liberté de communication. C'est exactement ce que la commission Alloncle et ses alliés cherchent à contester : un mécanisme de financement public garanti par le Conseil constitutionnel lui-même.

Ce point est essentiel. Les décisions abruptes et non planifiées de réduction des financements de la part des gouvernements successifs, ont contrevenu à ce principe constitutionnel. Par ailleurs, la France s'est engagée au niveau européen à ce même principe d'un Service public de l'Audiovisuel indépendant notamment en lui garantissant un financement pérenne, stable et prévisible en signant le Règlement européen sur la liberté des médias. Le règlement européen est applicable depuis août 2025. ([LIEN](#))

Source : [décision du 12 août du Conseil Constitutionnel](#)

Source : [Décision n° 2022-842 DC du 12 août 2022 – Communiqué de presse](#)

Source : [CC – Indépendance et pluralisme des médias](#)

VII. Les rapports parlementaires antérieurs à la Commission d'enquête sur l'audiovisuel public

La commission d'enquête n'est pas la première à s'intéresser à l'audiovisuel public. Plusieurs rapports parlementaires l'ont précédée, avec des conclusions plus nuancées :

- Rapport Leleux-Gattolin (Sénat, 2015) : soulignait la nécessité d'un financement stable et prévisible.
- Rapport Bergé (Assemblée nationale, 2019) : proposait une fusion des entités pour réaliser des économies d'échelle sans remettre en cause les missions.
- Rapport Lafon-Dati (Sénat, 2025) : proposait la création d'une holding France Médias, mais sans remettre en question les missions fondamentales.
- Rapport IGF/IGAC (novembre 2024) : analyse rigoureuse recommandant des réformes structurelles, sans appel à la privatisation.

Source : [Rapport IGF/IGAC sur la transformation de France Télévisions \(novembre 2024\)](#)

Source : [Proposition de loi relative à la réforme de l'audiovisuel public \(Lafon-Dati, 2025\)](#)

Chapitre 1 ↘

— 5 années d'une
campagne contre le Service
Public de l'Audiovisuel
construite par le RN.

Ce que cette chronologie révèle : La Commission d'enquête sur l'audiovisuel public n'est pas venue par hasard. Elle s'inscrit dans une séquence politique construite par le RN à partir de 2021, réactivée par une polémique montée de toutes pièces (septembre 2025), immédiatement instrumentalisée par un parti allié au RN (UDR/Ciotti, octobre 2025), pour lancer la Commission d'enquête (novembre 2025–avril 2026). Chaque étape prépare la suivante.



ACTE I – L'idée est posée : Marine Le Pen dans *Le Figaro* (8–9 septembre 2021)

À la veille de sa rentrée politique à Fréjus, Marine Le Pen accorde un entretien au *Figaro* dans lequel elle expose pour la première fois avec cette précision, ses propositions pour la présidentielle de 2022. Parmi elles : **la privatisation de l'audiovisuel public.**

Citation exacte de Marine Le Pen (Le Figaro, 9 septembre 2021) : « Ensuite, la privatisation de l'audiovisuel public. C'est immédiatement 2,8 milliards de redevance que nous rendons aux Français. Nous sommes une grande démocratie, a-t-on encore besoin d'un audiovisuel public de cette taille ? Certaines choses doivent être préservées. L'audiovisuel d'outre-mer par exemple, comme la voix de la France dans le monde. Arte ne sera pas concerné et l'INA sera transféré au ministère de la Culture et intégrera les archives nationales. Cette privatisation d'un audiovisuel public dont il est de toute façon de plus en plus difficile de distinguer la spécificité, permettra de consolider le secteur audiovisuel privé qui subit la concurrence de plateformes aux moyens considérables. »

Périmètre annoncé :

- Privatisées : France Télévisions et Radio France
- Préservés : Audiovisuel outre-mer, France Médias Monde (RFI, France 24), Arte
- INA transféré au ministère de la Culture (archives nationales)

ACTE II – La mesure inscrite dans un programme présidentiel (Printemps 2022)

La privatisation de l'audiovisuel public figure explicitement dans le programme présidentiel de Marine Le Pen, intitulé « [22 mesures pour 2022](#) ». C'est la première fois qu'un candidat au second tour de la présidentielle inscrit noir sur blanc la disparition d'une grande partie du Service Public Audiovisuel dans son programme.

ACTE III – La dissolution, et la mesure réactivée en urgence (juin 2024)

Emmanuel Macron annonce la dissolution de l'Assemblée nationale le 10 juin 2024, au lendemain des élections européennes où le RN arrive en tête avec 31,4 %. La privatisation de l'audiovisuel public redevient immédiatement d'actualité dans les interventions du RN.

Dates	Événements
10 juin 2024	Sébastien Chenu (porte-parole RN) sur BFM TV : "La privatisation de l'audiovisuel public, c'est 3 milliards d'euros d'économies." (LIEN)
Mi-juin 2024	Jordan Bardella sur France 3 : privatisation envisagée "pour faire des économies", mesure qui "ne se ferait pas en 24 heures" (LIEN)
13 juin 2024	Philippe Ballard (porte-parole RN) sur Franceinfo : TF1 ou M6 pourraient "acheter tout ou partie de France 2 et France 3" (LIEN)
18 juin 2024	41 organisations de l'audiovisuel signent une tribune contre la privatisation (USPA, CGT Radio France, ARP...) (LIEN)

CONTRE ENQUÊTE

Le RN n'obtient finalement pas la majorité aux législatives. La menace est suspendue, mais elle n'est pas abandonnée. La stratégie change alors : faute de pouvoir gouverner et privatiser, **le RN et ses alliés vont chercher à délégitimer l'audiovisuel public** pour préparer le terrain à une future réforme. C'est l'acte suivant.

ACTE IV – Poursuivre la communication avec le dépôt d'un amendement du RN demandant la privatisation totale de France TV et Radio France (octobre 2024)

Le Rassemblement national ne se contente pas de déclarations. Il dépose des **amendements officiels** au Parlement français afin de continuer à faire campagne en faveur de la privatisation de France Télévisions et de Radio France.

L'**amendement n° II-AC212**, est ainsi déposé **le 18 octobre 2024** par le groupe RN à l'Assemblée nationale dans le cadre du PLF 2025, est explicite : « *Cet amendement vise à initier une réforme du paysage audiovisuel français par la privatisation de France Télévisions et de Radio France, permettant ainsi de réduire de 3,2 milliards d'euros la charge supportée par l'État.* »

Sont gardés simplement : « Toutefois, le Rassemblement national prévoit de maintenir dans le giron public Arte France, TV5 Monde, et les chaînes du groupe France Médias Monde en raison de leur rôle essentiel dans le rayonnement de la France en Europe et dans le monde. De même, l'Institut national de l'audiovisuel (INA) sera préservé dans le domaine public pour son rôle crucial dans la préservation du patrimoine audiovisuel français. »

Une précision technique importante est à noter : l'**amendement budgétaire concret** qui propose de supprimer les lignes de financement à hauteur exacte de :

2 548 827 000 € sur l'action « France Télévisions » (programme 372)

660 133 908 € sur l'action « Radio France » (programme 374)

Soit un total de 3 208 960 908 € supprimés du budget de l'État

Contrairement aux déclarations précédentes, France 3 et France O sont aussi dans le périmètre de la privatisation.

Source : [Assemblée nationale — Amendement n° II-AC212 du groupe RN \(texte officiel PDF\)](#)

Mais, il manque l'élément déclencheur qui pourra faire monter la pression. Il arrive sous la forme d'une conversation privée espionnée.

ACTE V – L'affaire Cohen / Legrand : la bombe à retardement monté en épingle sur Cnews et EUROPE 1 (enregistré en juillet 2025, diffusé le 5 septembre 2025)

Dans un restaurant parisien, le 7 juillet 2025, Thomas Legrand (chroniqueur à *Libération* et jusqu'à septembre 2025 à France Inter) et Patrick Cohen (éditorialiste à France Inter et France 5) déjeunent avec deux responsables du Parti socialiste : Luc Broussy (président du Conseil national du PS) et Pierre Juvet (député européen socialiste). La conversation est filmée à leur insu. Les images sont conservées pendant deux mois avant qu'un montage soit diffusé...



Source : [INA – Les chiffres de la médiatisation de « l'affaire Legrand-Cohen »](#)

Sans surprise Cnews et Europe 1 sont les médias qui reprennent en boucle cette information.

Dates	Événements
7 juillet 2025	Tournage à l'insu des protagonistes <i>dans un restaurant parisien</i> . Thomas Legrand : <i>“Nous, on fait ce qu'il faut pour [Rachida] Dati, Patrick [Cohen] et moi.”</i> Phrase sortie de son contexte de manière à ce qu'elle signifie le contraire de ce qui a été dit lors de cet échange.
5 sept. 2025	<i>L'Incorrect</i> (média fondé par des proches de Marion Maréchal et financé en partie par Pierre-Edouard Stérin) publie les vidéos montées sur X. La bombe éclate.
6 sept. 2025	Réactions unanimes : RN, LR et LFI condamnent. Thomas Legrand suspendu à titre conservatoire par Radio France le soir même.
12 sept. 2025	Comité d'éthique de France Télévisions (CHIPIP) : <i>« Ces échanges, filmés en juillet dans un restaurant parisien et partagés sous forme de vidéos le vendredi 5 septembre par le journal L'Incorrect, ont été captés à l'insu des protagonistes, procédé illégal que rien, en l'espèce, ne saurait justifier. »</i>
17 sept. 2025	Ernotte et Sibyle Veil auditionnées par l'Arcom à la demande du régulateur.
8 oct. 2025	Sibyle Veil devant le Sénat : <i>« Radio France va bien et guide le marché de la radio (...) et pourtant, je vois qu'il y a aujourd'hui un récit négatif qui se cristallise sur l'audiovisuel public. »</i>

Source : [La Revue des médias INA — Analyse chiffrée de la médiatisation Legrand-Cohen \(septembre 2025\)](#)

Source : [Franceinfo — Résumé de la polémique Legrand-Cohen \(18 septembre 2025\)](#)

Source : [Comité d'éthique France Télévisions — Avis CHIPIP du 12 septembre 2025 \(PDF\)](#)

Source : [Public Sénat — Audition Sibyle Veil devant la commission Culture du Sénat \(8 octobre 2025\)](#)

CONTRE ENQUETE / 95,6% de la couverture médiatique : comment Cnews a relayé en boucle l'enregistrement illicite d'une conversation privée impliquant Thomas Legrand et Patrick Cohen.

La Revue des médias INA a mesuré dans [un article](#) l'écho de l'affaire entre le 5 et le 19 septembre 2025 sur 15 antennes audiovisuelles. Résultat sans appel **« À elle seule, Cnews représente 95,6 % de la couverture médiatique de "l'affaire Thomas Legrand et Patrick Cohen" sur les chaînes info entre le 5 et le 19 septembre »**.

Elle en parle ainsi 36,8 fois plus que LCI, 61,3 fois plus que BFMTV et 367,5 fois plus que France Info, où le sujet est quasi absent (quatre mentions au total). Sur les trois premiers jours de cette séquence (du 6 au 8 septembre), Cnews mentionne « l'affaire Legrand-Cohen » en moyenne 287 fois par jour. Signalons que les journaux télévisés du soir de TF1, France 2, M6 et Arte, ne l'évoquent pas.

On n'est pas devant un fait divers médiatique ordinaire. **On est devant une opération de saturation orchestrée depuis les médias Bolloré, qui organisent la caisse de résonance aux critiques du Service Public de l'Audiovisuel.**

ACTE VI – Le RN surfe sur « l’affaire Cohen/ Legrand » (septembre 2025)

Surfant sur l’affaire Cohen/Legrand évoqué à mi-mots, le 14 septembre 2025, lors du meeting de rentrée du Rassemblement national qui se tient à Châteaurenard (Bouches-du-Rhône), **Jordan Bardella** (président du RN) reprend 4 ans presque jour pour jour après la proposition de Marien Le Pen, son ambition de privatiser l’audiovisuel public :

« Chaque année, plus de 4 milliards d’euros, 4 milliards d’euros, sont engloutis dans une machine dont les dérives militantes sont désormais connues de tous. Ce ne sont pas certains journalistes stratèges du Parti socialiste qui me démentiront. Quelle grande démocratie digne de ce nom, en 2025, peut encore accepter de financer à ce prix-là une télévision publique pléthorique, partisane et militante ? Aucune. Voilà pourquoi, voilà pourquoi nous privatiserons l’audiovisuel public. »

Source : [Meeting du RN : «Nous privatiserons l’audiovisuel public»](#)

Deux semaines après la diffusion de l’enregistrement de la conversation avec Thomas Legrand et Patrick Cohen, et 10 jours après l’intervention de Jordan Bardella, le compte officiel du RN publie sur X, le 23 septembre 2025 à 10h06, [le message suivant](#) :



La pétition est hébergée directement [sur le site officiel du RN](#). Son texte explique notamment :

« Delphine Ernotte, la présidente de France Télévisions, a ainsi récemment qualifié Cnews, dans un entretien au journal Le Monde, de 'chaîne d’extrême-droite'. Ce propos partisan, tenu par la première responsable de l’audiovisuel public, est une rupture claire avec le devoir de neutralité qui incombe à sa fonction. Ce n’est pas un dérapage isolé mais la confirmation d’un système verrouillé, militant, où l’hégémonie de la gauche est totale. »

ACTE VII – L'UDR s'empare de l'affaire et sacrifie son « droit de tirage » (octobre 2025) afin de poursuivre l'offensive

Éric Ciotti, président du groupe UDR (Union des droites pour la République, allié au RN), annonce sa décision de consacrer le « **droit de tirage** » de son groupe à une commission d'enquête sur l'audiovisuel public, renonçant ainsi à la commission sur [le coût de l'immigration](#) qu'il envisageait initialement et qu'il avait déposé le 19 juin 2025 à l'Assemblée nationale.

Qu'est-ce que le "droit de tirage" ? : Chaque groupe politique de l'Assemblée nationale dispose du droit d'obtenir une commission d'enquête par an. C'est une ressource rare et précieuse. Eric Ciotti, dont le groupe fait de l'immigration son thème central, a sacrifié cette unique fenêtre politique pour attaquer l'audiovisuel public, au lendemain direct de l'affaire Legrand-Cohen. Le signal est sans ambiguïté : l'audiovisuel public est devenu la cible prioritaire, avant même l'immigration !

Le **28 octobre 2025**, la commission d'enquête « *sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public* » est officiellement créée par l'Assemblée nationale. Elle est présidée par Jérémie Patrier-Leitus (Horizons) et son rapporteur est **Charles Alloncle** (UDR, 9e circonscription de l'Hérault).

CONTRE ENQUETE : La séquence en trois temps

La pétition est lancée **18 jours après l'affaire Legrand-Cohen**, et **35 jours avant** la création officielle de la commission d'enquête. La séquence est limpide : la polémique crée l'émotion, la pétition mobilise les militants, la commission donne une légitimité institutionnelle. **Trois outils, un seul objectif : affaiblir et jeter le discrédit sur le Service Public de l'Audiovisuel.**

Source : [LCP – "L'audiovisuel public va devoir rendre des comptes" – Charles Alloncle \(17 novembre 2025\)](#)

Source : [Assemblée nationale – Page officielle de la commission d'enquête](#)

Source : [Wikipedia – Commission d'enquête sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public](#)

ACTE VIII – La Prochaine étape ? Poursuive la campagne contre l'audiovisuel public grâce au dépôt d'une proposition de loi (PPL) par l'UDR en juin 2026

Les de ses interventions, Charles Alloncle a évoqué à l'issue des travaux de la Commission, l'hypothèse d'une **proposition de loi sur l'audiovisuel public** qui pourrait être inscrite à l'ordre du jour de la « niche parlementaire » des députés ciottistes, le 25 juin prochain.

La campagne contre le Service Public de l'Audiovisuel présentée par le député Alloncle comme une façon de le protéger (comment le croire au regard des auditions menées pendant 5 mois ?) va ainsi se poursuivre jusqu'à la prochaine présidentielle où cette mesure fera sans doute partie du programme du RN.

Source : [LCP – "Audiovisuel public : Et maintenant ? Après la fin des auditions, la suite du processus" \(9 avril 2026\)](#)

Tableau synthétique

— La séquence

en un coup d'œil

Dates	Événements	Acteurs
Sept. 2021	Le Pen annonce la volonté de privatisation dans Le Figaro	RN
Printemps 2022	Privatisation inscrite dans "22 mesures pour 2022" du RN	RN
10-18 juin 2024	Dissolution = le RN réactive la menace ; 41 organisations se mobilisent pour l'empêcher	RN / Professionnels
7 juillet 2025	Legrand et Cohen filmés à leur insu dans un restaurant	L'Incorrect
5 sept. 2025	L'Incorrect diffuse les vidéos sur X, Cnews assure 95,6 % de la couverture médiatique	L'Incorrect / médias Bolloré
15 sept. 2025	Rentrée politique de Jordan Bardella à Châteaurenard. Il répète que la privatisation du SP de l'audiovisuel est un des axes clefs du programme du RN en cas d'accession au pouvoir.	RN
23 sept. 2025	Le RN lance sa pétition officielle de privatisation	RN
28 oct. 2025	L'UDR crée la commission d'enquête droit de tirage sacrifié, préférant l'audiovisuel public à l'immigration pressentie jusqu'alors	UDR/Ciotti
25 nov. 2025	Début des auditions : méthode Alloncle contestée dès la 1 ^{re} séance	Commission UDR /Alloncle
8 avr. 2026	Clôture : 67 auditions, 234 personnes entendues	Commission
Juin 2026	Proposition de loi sur l'audiovisuel public déposé par le groupe UDR de l'Assemblée nationale ?	Groupe UDR

Nous voyons ainsi avec cette chronologie, comment un agenda politique porté notamment par le RN sur la privatisation de l'audiovisuel public est relayé par Cnews pour ensuite déboucher sur une commission d'enquête, dans une accélération de la politisation de ce service public. Ce n'est pas un hasard, car cette critique de ce service public s'inscrit dans une guerre culturelle, qui vient tout droit des Etats-Unis.

Chapitre 2 ↘

— Au cours de la commission d'enquête, Charles Alloncle plagie Trump dans ses éléments de langage et répercute en France la guerre culturelle engagée aux États-Unis

2.1 Une guerre culturelle importée des États-Unis répétée au mot près par Charles Alloncle

L'attaque contre l'audiovisuel public en France ne vient pas de nulle part. Elle n'est pas le fruit des « enquêtes » de Charles Alloncle. Tout a déjà été écrit auparavant par le mouvement conservateur américain et par Donald Trump lui-même. La commission d'enquête française est la poursuite d'une **offensive internationale**, dont les États-Unis constituent le laboratoire depuis plusieurs décennies.

Avant l'élection de Donald Trump en 2024, la stratégie de démantèlement de l'audiovisuel public américain était déjà lancée. La *Heritage Foundation*, le principal think tank conservateur américain, avait publié en 2023 son plan de gouvernance *Mandate for Leadership : The Conservative Promise*, connu sous le nom de **Project 2025** (922 pages). Le chapitre 8 du document est consacré à la destruction de la Corporation for Public Broadcasting (CPB), qui finance NPR et PBS.

Le titre d'un article de 2024 de l'Heritage Foundation nous rappelle les critiques du député UDR : « *Le prochain président républicain devrait supprimer le financement de la radiodiffusion publique woke* »

Source : [Heritage Foundation — « The Next GOP President Should Defund Woke Public Broadcasting » \(avril 2024\)](#)

Les arguments de cet article méritent d'être cités, car ils sont rigoureusement identiques à ceux employés en France par Charles Alloncle et le RN : « *PBS and NPR do not even bother to run programming that would attract conservatives. The government should not be compelling the conservative half of the country to pay for the suppression of its own views.* »

(« *PBS et NPR ne prennent même pas la peine de diffuser des programmes susceptibles d'attirer les conservateurs. Le gouvernement ne devrait pas obliger la moitié conservatrice du pays à financer la mise au silence de ses propres opinions.* »)

Mike Gonzalez, Heritage Foundation, Project 2025, chapitre 8 (2023)

Source : [Heritage Foundation — « The Next GOP President Should Defund Woke Public Broadcasting » \(avril 2024\)](#)

Source : [Media Matters — Project 2025 and the Heritage Foundation have plans to defund public broadcasting](#)

Source : [Poynter — How many of Project 2025's media proposals were implemented in 2025 \(6 janvier 2026\)](#)

Trump : le modèle d'Alloncle

Donald Trump n'a cessé d'attaquer les médias publics tout au long de sa campagne, comme ce message diffusé sur Truth Social et repris sur X en témoigne :



Quelques mois après son élection, le désormais Président Donald Trump signe le 1er mai 2025, l'**ordre exécutif 14290**, intitulé "Ending Taxpayer Subsidization of Biased Media". Il demande au conseil d'administration de la Corporation for Public Broadcasting de « *cesser tout financement direct à NPR et PBS* » et ordonne à toutes les agences fédérales d'« *identifier et mettre fin, dans la mesure maximale permise par la loi, à tout financement direct ou indirect de NPR et PBS* ».

La CPB expliquée simplement : un financeur aux Etats-Unis, pas un diffuseur

La Corporation for Public Broadcasting (CPB) n'est ni une chaîne de télévision, ni une radio, ni un groupe de médias. C'est un organisme dont le seul rôle est de distribuer l'argent public fédéral aux stations locales indépendantes qui composent le paysage de l'audiovisuel public américain. Le Congrès vote une dotation chaque année (environ 535 millions de dollars par an, soit environ 1,60 dollar par citoyen américain) et le financement est voté deux ans à l'avance, précisément pour créer un tampon entre les décisions politiques et le fonctionnement des médias.

La CPB distribue ensuite cet argent. Environ 70% de ce financement allait directement aux plus de 1 500 stations de radio et de télévision publiques locales détenues et gérées localement à travers le pays. Les 29 % restants finançaient des programmes nationaux diffusés via PBS et NPR. Les stations locales lèvent des fonds complémentaires. En moyenne, les stations levaient 6 dollars pour chaque dollar fédéral reçu de la CPB, grâce aux dons des auditeurs et aux financements d'entreprises et de fondations

L'argumentation de « l'executive order » est strictement idéologique. Trump y accuse NPR et PBS d'avoir « *alimenté le parti pris et la propagande de gauche avec l'argent des contribuables* ». L'expression "*biased and partisan news coverage*" est utilisée mot pour mot, l'équivalent américain du "*woke*" et de la "*propagande gauchiste*" utilisés en France par le RN. Charles Alloncle ne va cesser de reprendre cette idée du biais politique supposé qu'aurait l'ensemble du Service Public de l'Audiovisuel. Il réutilise mot pour mot les déclarations de Donald Trump et duplique en France la stratégie des conservateurs américains.

Source : [NPR « Trump seeks to end federal funding for NPR and PBS » \(2 mai 2025\)](#)

Les conséquences de cet executive order ne se font pas attendre. Les attaques de Trump débouchent sur la suppression du financement fédéral des médias publics américains :

En **juillet 2025**, le Congrès américain approuve le « *rescission package* » de Trump, supprimant **1,1 milliard de dollars** de financement des médias publics américains, pourtant déjà voté pour les deux années suivantes.

Source : [NYT – Congress Agrees to Claw Back Foreign Aid and Public Broadcast Funds](#)

En **janvier 2026**, après 58 ans d’existence, la Corporation for Public Broadcasting **ferme définitivement ses portes**. L’ordre exécutif coupe immédiatement des millions de dollars du Département de l’Éducation à PBS pour ses programmes jeunesse, forçant le réseau à **licencier un tiers du personnel de PBS Kids**.

Trump célèbre la fermeture de la CPB sur Truth Social : “*Congress cut funding from ATROCIOUS NPR AND PUBLIC BROADCASTING, WHERE BILLIONS OF DOLLARS A YEAR WERE WASTED.*”

Source : [X Post PBS News, mai 2025](#)

Le **31 mars 2026**, le juge fédéral Randolph D. Moss (Cour du district de Columbia) déclare l’ordre exécutif “*unlawful and unenforceable*”, estimant qu’il viole le Premier Amendement de la Constitution américaine en pratiquant une “*viewpoint discrimination*”. **Mais le jugement arrive trop tard : la CPB est déjà fermée.**

Source : [Variety – « Judge Rules Trump’s Order to End Funding for PBS, NPR Was an Illegal First Amendment Violation » \(31 mars 2026\)](#)

Source : [PBS NewsHour – « Judge blocks Trump’s executive order to end federal funding for PBS and NPR »](#)

Tableau comparatif: les déclarations d’Alloncle et leur miroir américain

Le tableau ci-dessous met en regard, terme à terme, les déclarations de Charles-Henri Alloncle rapportées par la presse française entre novembre 2025 et avril 2026, et les formulations équivalentes de la Heritage Foundation et de la Maison-Blanche Trump entre avril 2023 et mai 2025.

Axe rhétorique	Heritage / Trump (2023–2025)	Charles-Henri Alloncle (2025–2026)
Biais idéologique	« Radical left monsters » (Trump, Truth Social, avril 2025) – « left-wing propaganda » (Fact Sheet Maison-Blanche, 2 mai 2025) – Heritage cite Pew Research 2014 : 60 % des téléspectateurs PBS « plutôt ourésolument progressistes »	« Il y a des biais idéologiques et des dérives » – « Il y a des partis qui ne sont pas traités à équivalence, le Rassemblement national, mais aussi La France insoumise » – « Rupture du contrat de mission de service public quand un dirigeant donne une ligne politique à sa rédaction » (novembre 2025)
Woke	« Defund Woke Public Broadcasting » (titre article Heritage, 23 avril 2024) – « Woke » utilisé comme qualificatif disqualifiant systématique par la Maison- Blanche Trump 2025	« Certains qualifient [Slash] de woke » – exemples cités : « posts qui dénoncent le privilège blanc », « invitations à ne plus dire bonjour monsieur ou bonjour madame pour éviter de mégenrer des personnes trans » – « Est-ce que c’est l’ADN du service public ? » (10 décembre 2025)

Gaspillage financier	« Improper use of taxpayers»; money » – « Highly inappropriate » (Fact Sheet Maison-Blanche, 2 mai 2025) – « The government should not be compelling the conservative half of the country to pay for the suppression of its own views » (Gonzalez, Heritage)	« Un système de gabegies largement assumé dans les 4 milliards d’euros annuels » – « Un système de castes et de privilèges, de l’opacité et des conflits d’intérêts » – « Une situation qui n’est plus soutenable » (avril 2026)
Retrait ou transformation du financement public	« Cease federal funding to NPR and PBS » (Décret 14290, 1 ^{er} mai 2025) – « The 47th President can just tell the Congress he will not sign an appropriations spending bill that contains a penny for the CPB » (Gonzalez, Heritage)	Propositions de réforme structurelle portées par le groupe UDR et son allié RN qui lui, « prône la privatisation de l’audiovisuel public » (France 24) – formulations d’Alloncle : « Je veux soigner ce grand corps malade, pas l’achever »
L’utilisation d’une seule étude pour une démonstration contestable	Heritage et Trump citent tous deux une enquête Pew Research de 2014 sur les téléspectateurs de PBS comme base factuelle à leur argumentation de biais.	Charles Alloncle a abusivement cité un rapport, celui de l’Institut Thomas More (LIEN), intitulé : « Pluralisme et neutralité · L’audiovisuel public en déficit ». La thèse : “biais structurel ancré à gauche” dans l’audiovisuel public. Ce think tank est en partie financé par PE Stérin et fondé par des proches de Marion Marechal Le Pen. Ce qui est troublant tient à la période de l’analyse (septembre–novembre 2025) et la date de sa sortie février 2026, en pleine commission d’enquête. Il y a une convergence d’une campagne menée par un think tank proche de personnalités d’extrême droite, de revue L’incorrect, JDD, qui tout au long de la commission ont accompagné Alloncle, montrant non pas une commission d’enquête, mais une campagne politique.
Usage intensif des réseaux sociaux	Trump utilise Truth Social pour publier ce que le décret officiel ne pouvait reprendre (« radical left monsters ») »	Alloncle utilise ses réseaux pour commenter ce qu’il ne peut dire en commission abusant des adjectifs comme : « sidérant », etc.

Trois points à retenir

1. Le Project 2025 n'était pas un document théorique. Il a été appliqué à la lettre par Donald Trump en 25 mois. La formule « ending taxpayer subsidization of biased media » est devenue un décret officiel, puis a produit des licenciements, des fermetures et des démantèlements concrets.

2. La grammaire politique Alloncle de 2026 reproduit la grammaire politique Heritage / Trump de 2023–2025. Accusation de biais, accusation de gaspillage, proposition de retrait, formule–choc reproductible.

3. Les conséquences documentées de l'application américaine invalident l'argument français du « sans conséquence ». Quand les défenseurs de la privatisation française affirment que France Télévisions « survivrait très bien », l'exemple américain prouve qu'une telle affirmation est une conjecture, pas une prévision.

2.2 Une idéologie qui se développe en Europe : de l'Angleterre à l'Italie, en passant par la Pologne et... la Suisse !

La critique des services publics de l'audiovisuel prend toujours les mêmes formes et les mêmes arguments : cela coûte trop cher, le traitement est « biaisé ». Des anecdotes servent d'analyse au détriment d'un regard objectif et systématique. Passons en revue quelques exemples :

La Suisse, laboratoire européen : deux tentatives de l'extrême droite, rejetées par le peuple (2018 et 2026)

La Suisse constitue un cas d'école particulièrement instructif. Le pays a soumis à ses citoyens, à huit ans d'intervalle, **deux initiatives populaires** visant l'une la suppression totale, l'autre la réduction significative de la redevance finançant la SSR (Société suisse de radiodiffusion et télévision, équivalent helvétique du Service Public Audiovisuel). Les deux fois, le peuple suisse les a rejetées avec clarté.

Premier référendum : "No Billag", le 4 mars 2018, la suppression totale est rejetée à 71,6%

L'initiative populaire "*Oui à la suppression des redevances radio et télévision*", surnommée « **No Billag** » du nom de la société chargée de percevoir la redevance, est déposée en décembre 2015 avec 112 000 signatures. Elle demande l'abolition pure et simple de la redevance audiovisuelle, alors fixée à 451 francs par ménage et par an, et l'interdiction pour la Confédération de subventionner toute radio ou télévision. Le texte est porté par les **sections jeunes du Parti libéral-radical (PLR)** et de l'**Union démocratique du centre (UDC)**, le parti national-conservateur helvétique, qui, malgré son nom, est l'équivalent politique du RN français dans le paysage politique suisse.

En face, l'ensemble du paysage politique suisse (PS, PLR, PDC, Verts, Vert'libéraux) s'y oppose, ainsi que le Conseil fédéral, le Parlement, les gouvernements cantonaux, les milieux culturels, sportifs, syndicaux et patronaux (à l'exception notable de l'Union suisse des arts et métiers). Le résultat est sans appel : **71,6 % des votants rejettent l'initiative**, et pas un seul canton ne l'approuve.

Source : [Confédération helvétique / DETEC – "Initiative No Billag" – résultats officiels \(4 mars 2018\)](#)

Source : [Admin.ch – Résultats officiels de la votation du 4 mars 2018](#)

Source : [RTS — “L’initiative No Billag est rejetée par 71,6 % des votants et tous les cantons” \(4 mars 2018\)](#)

Source : [SWI Swissinfo.ch — “Initiative No Billag : quels buts et quelles répercussions possibles ?”](#)

Source : [Wikipedia — Initiative populaire “Oui à la suppression des redevances radio et télévision”](#)

Deuxième référendum – “200 francs, ça suffit !” – le 8 mars 2026 : la réduction est rejetée à 61,9 %

Huit ans plus tard, les mêmes forces politiques reviennent à la charge avec une initiative plus modérée, mais de même inspiration : “**200 francs, ça suffit !**”, dite **initiative SSR**. Le texte ne demande plus la suppression totale mais une réduction de la redevance de **335 à 200 francs** suisses par ménage, et l’exonération totale des entreprises. Il est porté par un comité réunissant l’**UDC**, l’**Union suisse des arts et métiers (USAM)** et les **Jeunes libéraux-radicaux**, exactement les mêmes formations que pour No Billag, sous une forme édulcorée pour apparaître plus raisonnable.

La stratégie est transparente : après l’échec cinglant de 2018, il s’agit d’avancer par étapes. Les partisans de l’initiative font valoir l’argument du pouvoir d’achat, en particulier celui des jeunes qui consommeraient peu les offres de la SSR, et celui de la liberté économique pour les entreprises. Ce sont précisément les deux arguments les plus récurrents dans le débat français sur l’audiovisuel public.

Le résultat est à nouveau sans ambiguïté : **61,9 % des Suisses rejettent l’initiative** le 8 mars 2026. Le refus l’emporte dans tous les cantons.

Malgré ce rejet, le Conseil fédéral a déjà prévu dans un contre-projet au niveau de l’ordonnance une légère réduction progressive : la redevance passera de 335 à **300 francs d’ici 2029**, concession modeste qui montre la volonté du gouvernement de tenir compte des préoccupations sans céder à la logique de démantèlement.

Source : [RTS — “Les Suisses soutiennent la SSR en rejetant l’initiative ‘200 francs ça suffit’ par 61,9 %” \(8 mars 2026\)](#)

Source : [SWI Swissinfo.ch — “L’initiative SSR visant à réduire la redevance audiovisuelle est clairement refusée” \(8 mars 2026\)](#)

Source : [SWI Swissinfo.ch — “Résultats de la votation du 8 mars 2026 en Suisse”](#)

Source : [20 Minutes — “Votations du 8 mars : 62 % de l’électorat a refusé la baisse de la redevance” \(8 mars 2026\)](#)

Source : [EasyVote — Initiative SSR, 8 mars 2026 \(explications et résultats\)](#)

Ce que ces deux referendums suisses nous enseignent

La leçon politique est limpide et directement transposable au débat français. En Suisse, pays réputé pour sa culture de la frugalité fiscale, de la liberté économique et du scepticisme envers les dépenses publiques, le peuple a rejeté à deux reprises, avec des scores très nets, toute remise en cause du financement du Service Public Audiovisuel.

Ces résultats contredisent le narratif des partis populistes selon lequel les citoyens seraient prêts à se débarrasser de leur audiovisuel public pour récupérer quelques dizaines d'euros par an. Lorsqu'on leur demande de se prononcer clairement, les citoyens choisissent de garder leur service public.

Le co-président du PS suisse Cédric Wermuth résume ainsi le résultat du 8 mars 2026 : « *La décision prise aujourd'hui est un engagement clair des électrices et électeurs en faveur de médias indépendants. Nous continuerons à montrer avec la même détermination à quel point les projets extrêmes sont dangereux.* » Le mouvement Opération Libero y voit « *un signal que le peuple souhaite un service public médiatique fort, capable de lutter de manière ciblée contre la désinformation.* »

Le Royaume-Uni : la BBC sous pression conservatrice (2022-2024) accusé de « biais idéologiques »

Le gouvernement conservateur de Boris Johnson annonce en **janvier 2022** le gel de l'augmentation de la redevance BBC pendant deux ans, la laissant à 159 £ par an, sans prendre en compte l'inflation qui était alors de 6%.

La conséquence est immédiate et documentée : la BBC doit trouver **400 millions de livres d'économies annuelles d'ici 2027/28**, soit :

- Suppression de **1 000 heures de nouveaux programmes télévisés en 2023** ;
- Fermeture du **BBC Singers** (chœur emblématique) ;
- Réductions dans les orchestres ;
- Fusion des rédactions nationale et internationale ;
- Déplacement de services du World Service vers le numérique.

Le directeur général de la BBC, Tim Davie, reconnaît en 2024 que la BBC a subi des **coupes budgétaires de 30 % en termes réels (inflation prise en compte) entre 2010 et 2020.**

Source : [The Guardian / Yahoo News](#) — « [BBC licence fee to be abolished in 2027 and funding frozen](#) » (janvier 2022)

Source : [BBC News](#) — « [BBC to cut 1,000 hours of new TV programming in 2023 to save money](#) »

Source : [Hansard UK Parliament](#) — [BBC Funding debate, 7 décembre 2023](#)

Derrière ces attaques, le même reproche de biais idéologique

Le grief politique central des conservateurs contre la BBC n'est pas récent. Il remonte au référendum de 2016 sur le Brexit, et s'est aggravé à chaque étape des négociations jusqu'en 2020. La BBC est accusée par les Brexiteurs d'avoir couvert le Brexit avec un « *biais pro-Remain* », c'est-à-dire de favoriser les voix des « pro-Europe » et de présenter systématiquement les nouvelles économiques comme positives « *malgré le Brexit* », jamais « *grâce au Brexit* ».

Les faits documentés sont les suivants

En juillet 2017, un groupe de 70 députés (essentiellement conservateurs) envoie une lettre ouverte au directeur général de la BBC Tony Hall, l'accusant de couvrir le Brexit avec un « *point de vue biaisé et pessimiste* », et affirmant craindre que la BBC « *discrédite nos efforts pour construire un nouveau rôle mondial pour ce pays* ». La lettre est conduite par le député conservateur Julian Knight.

Source : [HuffPost UK — “BBC Bias Open Letter Sent to Director General Tony Hall” \(2017\)](#)

Source : [Politics.co.uk — “Examples of a Biased BBC : Is the BBC biased?” — historique complet des accusations de biais depuis Thatcher](#)

En décembre 2020, 14 députés conservateurs écrivent au nouveau directeur général Tim Davie pour accuser la BBC d'une « *diffusion partielle qui a fondamentalement échoué à transmettre les opinions diverses du public* ». La même année, des ministres conservateurs boycottent publiquement l'émission phare matinale de Radio 4.

Source : [Wikipedia — “Criticism of the BBC” — section Brexit et biais politique](#)

Une analyse contredite par les faits : les recherches académiques indépendantes contredisent ces accusations. Une étude de l'Université de Loughborough conclut que la BBC « *a atteint un bon équilibre entre les camps du Oui et du Non* » pendant le référendum. L'Institut Reuters de l'Université d'Oxford constate que c'est la presse, pas la BBC, qui a largement favorisé les voix « pro-Leave ». L'analyse de Cushion et Lewis (2017) montre que **71,2 % des responsables politiques interviewés par la BBC pendant la campagne référendaire étaient des conservateurs** — ce qui est l'inverse d'un biais anti-Brexit.

Source : [Tandfonline — “Dominating the debate: visibility bias and mentions of British MPs in newspaper reporting on Brexit” \(étude académique\)](#)

L'Italie : la RAI confisquée par Meloni (2023), le journalisme d'investigation menacé

En **mai 2023**, huit mois après son élection, Giorgia Meloni s’empare de la RAI, non pas en la privatisant, mais en la **politisant**. Elle pousse à la démission l’ancien directeur général pour placer Roberto Sergio, proche de sa coalition. Les directeurs des chaînes et journaux sont renouvelés dans la foulée.

- Les effets sont documentés et scandalisent l’Europe des médias :
- Des animateurs vedettes quittent la RAI ;
- Des émissions emblématiques disparaissent ;

L’émission (*Insider*) de l’écrivain Roberto Saviano, le lanceur d’alerte ayant mis sa vie en danger pour avoir dénoncé le fonctionnement des mafias italiennes est **annulée avant diffusion** en novembre 2023, censure directe dénoncée par les journalistes ;

En 2024, Meloni fait modifier la loi sur la RAI pour exempter les membres du gouvernement des règles de **limitation du temps de parole** lors des campagnes électorales, réforme que la Commission européenne refuse de commenter, mais qui suscite la grève des journalistes de la RAI en avril 2024 ;

L’Italie chute à la **46e place du classement mondial de la liberté de la presse de RSF en 2024** (moins 5 places en un an).

Source : [Franceinfo — « Les gouvernements d’extrême-droite et l’audiovisuel public en Italie et en Pologne » \(8 février 2024\)](#)

Source : [Euractiv FR — « La Commission européenne refuse de commenter la réforme du service public de radiodiffusion en Italie » \(avril 2024\)](#)

Source : [Public Media Alliance — « Rai journalists strike, public broadcaster accused of far-right bias » \(25 avril 2024\)](#)

Source : [La Revue des médias INA — « La télévision italienne est le miroir sale de la politique du pays » \(janvier 2026\)](#)

2.3 Ce que cette guerre révèle : une guerre d’opinion et non pour la bonne gestion

La chronologie est sans ambiguïté. Dans chaque pays concerné, l’attaque contre l’audiovisuel public suit le même script :

La dénonciation du « biais idéologique » : l’audiovisuel public est qualifié de *woke*, « *gauchiste* », « *partial* », « *propagandiste* ». Aux États-Unis : NPR est une « *liberal disinformation machine* ». En France : France Télévisions serait « *au service de la gauche* ».

L’argument budgétaire comme prétexte : on agite le coût pour les contribuables, sans jamais comparer avec ce que coûte leur absence (déserts informationnels, perte de souveraineté, désinformation). Destruction d’emploi et de valeur ajoutée par les investissements du Service Public de l’Audiovisuel dans l’économie créative.

La privatisation ou la capture : soit on détruit l’outil (Trump/NPR), soit on le retourne contre la démocratie (Meloni/RAI).

Ce qui est en jeu n’est pas la bonne gestion des deniers publics. **Ce qui est en jeu, c’est le contrôle du récit national**. Les partis populistes ne font pas la guerre à la gabegie : ils font la guerre à la vérification des faits, à l’investigation, au pluralisme, tout ce que le service public incarne précisément.

Chapitre 3 ↘

— Public, privé, quelles différences pour les radios et les télévisions ?

Tout au long de la commission d'enquête la question qui s'est posé est de savoir quelles étaient les spécificités du Service Public de l'Audiovisuel par rapport aux chaînes et radios privées. Faisons pour commencer un peu de pédagogie :

3.1 Les obligations du Service Public Audiovisuel : un cahier des charges beaucoup plus exigeant que pour les médias privés

Les chaînes de service public sont soumises à un **cahier des charges défini par l'Arcom** (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), en application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Ces obligations n'ont pas d'équivalent dans le secteur privé.

OBLIGATIONS	SERVICE PUBLIC	SERVICE PRIVÉ (TF1, M6...)
Information pluraliste et vérifiée	Obligatoire — cahier des charges strict	Recommandée mais non imposée
Information locale et régionale	Obligatoire (France 3, Ici)	Aucune obligation — M6 et BFM ont abandonné
Quota de création française	60 % d'œuvres européennes, 40 % françaises	Quota minimal, contournable
Programmes jeunesse éducatifs	Obligatoire (Okoo, Lumni)	Non imposé
Accessibilité universelle pour les personnes en situation de handicap (sous-titrage, audiodescription)	100 % des programmes en clair	Obligations partielles
Spectacle vivant, opéra, concerts	Obligation de diffusion	Aucune obligation
Couverture des outre-mer	Obligatoire (France Ô, France 1 ^{ère})	Aucune obligation
Lutte contre la désinformation	Objectif explicite du COM 2024-2028	Recommandé, non imposé
Publicité après 20h	INTERDITE depuis 2009	Autorisée et pratiquée

Source : [Arcom — Cahier des charges de France Télévisions](#)

Source : [Arcom — Cahier des charges de Radio France](#)

3.2 Un Service Public Audiovisuel protégé par la Constitution, un bien démocratique unique qui se distingue des médias privés

La Commission sur l'audiovisuel public a largement ignoré la dimension constitutionnelle du Service Public Audiovisuel. Or, ce fondement est explicite et confirmé au cours de différentes jurisprudences.

La **décision n° 86-217 DC du 18 septembre 1986** du Conseil constitutionnel, rendue à l'occasion de la loi sur la liberté de communication (loi Léotard), affirme que :

« Pour le secteur public, le législateur a fixé lui-même certaines règles destinées à **garantir le pluralisme des courants de pensée socioculturels** ; qu'au nombre de ces règles, il y a lieu de mentionner l'article 16 (...) qui assure aux groupements politiques **le libre accès au service public de la radiodiffusion télévision pendant les campagnes électorales** ; que, de même, si l'article 54 de la loi prévoit que le Gouvernement peut à tout moment faire diffuser par les sociétés nationales de programme toutes les déclarations ou communications qu'il juge nécessaires, il est prévu que les émissions annoncées à ce titre peuvent donner lieu à un droit de réplique ; que le premier alinéa de l'article 55 de la loi place sous le contrôle du bureau de chaque assemblée la **re-transmission des débats des assemblées parlementaires** ; que le second alinéa du même article prévoit qu'« un temps d'émission est accordé aux formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du Parlement ainsi qu'aux organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale » ; que, dans son article 56, la loi fait obligation à la société nationale de programme visée au 2° de l'article 44, **de programmer le dimanche matin des émissions à caractère religieux consacrées aux principaux cultes pratiqués en France.** »

Source : [Conseil constitutionnel — Décision n° 86-217 DC du 18 septembre 1986](#)

CONTRE ENQUÊTE

Cette décision qui met le pluralisme politique et l'impartialité au cœur du service public montre comment la diffusion des débats parlementaires, l'accès par le gouvernement aux antennes pour une déclaration du Président de la République par exemple, la diffusion des cultes le dimanche, font du Service Public de l'Audiovisuel un bien commun et un outil pour notre démocratie, qui n'a nul équivalent dans les médias privés.

Par ailleurs, lors du débat sur la suppression de la redevance en 2022, plusieurs constitutionnalistes ont rappelé que **l'indépendance financière du Service Public Audiovisuel est une condition de son indépendance éditoriale**, elle-même garantie constitutionnellement.

Les cinq principes constitutionnels des médias publics :

1. Pluralisme des courants d'expression (décision 86-217 DC)
2. Liberté de communication (article 11 de la Déclaration de 1789)
3. Indépendance des journalistes (reconnue par la jurisprudence du Conseil constitutionnel)
4. Continuité du service public (principe général du droit administratif)
5. Égalité d'accès à l'information et à la culture sur tout le territoire

3.3 Les obligations spécifiques de France Médias Monde : une mission de rayonnement géopolitique

France Médias Monde (RFI, France 24, Monte Carlo Doualiya) porte une mission supplémentaire : **le rayonnement de la France et la promotion des valeurs démocratiques dans le monde**. Cette mission, explicitement inscrite dans son cahier des charges, n'a aucun équivalent dans le secteur privé. C'est une mission régaliennne, au sens strict du terme.

La commission sur l'audiovisuel public n'a pratiquement pas évoqué France Médias Monde, préférant concentrer ses attaques sur France Télévisions. C'est un choix révélateur : FMM est trop explicitement stratégique pour être attaquée sans déclencher un tollé géopolitique.

Source : [France Médias Monde — Cahier des charges et missions](#)

Partie 2 ↘

— Ce que la commission Alloncle n'a pas dit.
La contre-enquête sur le Service Public de l'Audiovisuel.

Chapitre 1 ↴

— La situation budgétaire
de France TV : faillite
de l'entreprise ou faillite
de la tutelle ?

LE RENVERSEMENT DE PERSPECTIVE

Le « déficit cumulé » de 80 M€ de France Télévisions que le rapporteur a répété tout au long des auditions n'est pas la preuve d'une mauvaise gestion. C'est la conséquence mécanique d'une parole non tenue de l'État. Le procès aurait pu viser davantage la tutelle politique et la continuité de l'État, que les gestionnaires du Service Public de l'Audiovisuel.

1.1 Le manque à gagner documenté (2018–2022)

La Cour des comptes, dans son rapport de septembre 2025, établit formellement que France Télévisions a été privée de plus de 110 millions d'euros de dotations cumulées entre 2018 et 2022 par rapport aux engagements pris dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM). Concrètement :

- 2018 : baisse de 36,8 M€ par rapport à 2017 (-1 % de la dotation totale du secteur).
- 2019 : nouvelle baisse de 36 M€ par rapport à 2018.
- 2020–2022 : poursuite de la contraction, amplifiée par la crise Covid-19.

Sources : [Cour des comptes — Rapport FTV, sept. 2025](#) · [Sénat — PLF 2020, Médias, livre et industries culturelles](#)

Nous avons rappelé plus haut, que le Conseil Constitutionnel avait mis les moyens financiers accordés au Service Public comme un des critères de son indépendance et de sa liberté. Devant la commission d'enquête, Delphine Ernotte a rappelé que France Télévisions a subi « trois coupes budgétaires d'un montant total de 200 M€ en 18 mois » et que « en 2026, les crédits alloués seront inférieurs de 40 M€ à ceux de 2015 ». Le tout dans un contexte d'inflation cumulée de plus de 20 % sur la période.

Source : [Stratégies — Ernotte défend son bilan devant la commission d'enquête \(11 déc. 2025\)](#)

1.2 La dispute sur les chiffres : valeur nominale vs pouvoir d'achat

Lors de l'audition du 8 avril 2026, un long échange a opposé Delphine Ernotte à Charles-Henri Alloncle. Le rapporteur soutenait avec insistance, en s'appuyant sur la page 58 du rapport de la Cour des comptes, que la dotation publique de France TV avait augmenté de 136 M€ en valeur nominale entre 2015 et 2024. Delphine Ernotte contestait cette lecture en soulignant qu'en euros constants, la dotation a baissé de 1,2 % sur la même période, et que France Télévisions « coûte 600 millions d'euros de moins aux Français qu'il y a dix ans ».

CONTRE-ENQUÊTE : UN EURO DE 2015 N'EST PAS UN EURO DE 2025

Les deux lectures sont techniquement fondées mais mesurent des réalités différentes. La Cour des comptes constate une hausse nominale (+136 M€) sur dix ans. Mais en termes réels, avec une inflation cumulée de 20 % sur la période, cette hausse apparente masque une baisse du pouvoir d'achat de la dotation. La volonté du rapporteur de présenter la seule valeur nominale, sans jamais mentionner l'inflation, témoigne d'un parti pris : démontrer à tout prix une « gabegie » quel que soit les nuances et les complexités.

Sur la période 2017–2026, les baisses réelles de dotation représentent -18,5 % du pouvoir d'achat de France Télévisions. En 2026, la baisse prévue de 65,3 M€ représente 92 % de la baisse totale de l'audiovisuel public, alors que France Télévisions ne constitue que 63 % de son budget. France Télévisions est donc surpénalisée dans la répartition des coupes.

Sources : [LCP — Audition Ernotte, 8 avril 2026](#) · [Fondation IFRAP, fév. 2026 — 450 M€ de baisse possible](#) · [The Media Leader FR — Situation financière critique \(sept. 2025\)](#)

1.3 Le déficit 2025 : conséquence mécanique, pas preuve de mauvaise gestion

La Cour des comptes conclut que l'adoption d'un budget 2025 en déficit de 40 millions d'euros « confirme l'impasse dans laquelle se trouve aujourd'hui la première entreprise de l'audiovisuel public ». Entre 2017 et 2024, le groupe a accumulé un déficit net cumulé de 81 M€.

LE PARADOXE DE FRANCE TÉLÉVISIONS EN 2025

Malgré une baisse de 386 M€ de charges d'exploitation entre 2015 et 2024, une réduction d'effectifs de 12 % en dix ans, et des résultats d'audience que la Cour elle-même qualifie de « premier plan », France Télévisions affiche un budget déficitaire. La cause est mécanique : les baisses de dotation ont été plus rapides que les économies réalisées, et les investissements numériques imposés par la tutelle n'ont pas été compensés par l'État.

C'est très exactement le type de défaillance qu'on impute à la tutelle, pas à l'entreprise gérée.

1.4 L'absence de COM : un « dysfonctionnement des tutelles » selon la Cour des comptes

« L'absence de contrat d'objectifs et de moyens depuis fin 2023 témoigne d'un dysfonctionnement des tutelles (...) et prive l'entreprise de la visibilité nécessaire sur ses ressources pour piloter sa stratégie. » – Cour des comptes, rapport France Télévisions, septembre 2025, pp. 37-38

Sans Contrat d'Objectifs et de Moyens, France Télévisions a navigué à vue pendant plus de deux ans, incapable de planifier ses investissements à moyen terme. Des projets stratégiques de coopération avec Radio France — Agence Radio France, matinales communes, plateforme numérique Ici, ont pris du retard précisément à cause de cette absence de cadre contractuel.

Source : [Arcom — Avis n° 2024-06 sur les projets de COM 2024-2028](#)

1.5 Radio France : les mêmes travers, les mêmes silences

Radio France n'est pas exemptée des coupes budgétaires. En 2024, la loi de finances prévoyait 668 M€ de dotation, mais 10,9 M€ ont été annulés en cours de gestion par le décret n° 2024-124 du 21 février 2024. Ces coupes de milieu d'exercice, qu'aucune entreprise ne peut anticiper, sont particulièrement préjudiciables à la planification éditoriale et technique d'une société qui produit en continu sur sept antennes nationales et 44 stations locales.

La note de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) de janvier 2026 confirme que, faute de COM signé, Radio France a dû adapter ses priorités à la volée, avec des conséquences directes sur l'offre de proximité, la couverture FM dans certains territoires ruraux, et l'avenir d'antennes comme Mouv'.

Sources : [Radio France — Notre financement](#) · [Budget.gouv.fr — Rapport annuel de performances 2024, Programme 843 Radio France](#)

1.6 Comment Charles Alloncle instrumentalise la Cour des Comptes pour servir son propos sur la gestion de France Télévisions

Le rapport de la Cour des comptes intitulé « France Télévisions, exercices 2017-2024 », publié le 23 septembre 2025 (166 pages), est la source unique invoquée par Charles-Henri Alloncle pour parler de « quasi-faillite » du groupe. Il convient de le citer dans son intégralité, pas dans une sélection instrumentalisée.

CITATIONS TEXTUELLES DU RAPPORT ET DE PIERRE MOSCOVICI

Sur la situation financière : « La situation financière du groupe est préoccupante. Entre 2017 et 2024, ses résultats nets présentent un déficit cumulé de 81 M€. Sa trésorerie s'est fortement érodée. »

Sur les performances : « France Télévisions a réussi à consolider sa place de premier plan dans les audiences tant linéaires que numériques. »

Sur les efforts de gestion : la Cour reconnaît « la réduction des effectifs de 10,3 % entre 2017 et 2023, le parachèvement de l'entreprise unique, la réduction des charges d'exploitation de 386 M€ entre 2015 et 2024, le contrôle et l'audit internes renforcés, l'amélioration des audiences ».

Sur les responsabilités de l'État : « France Télévisions a vu le concours de l'État à ses ressources baisser de 161 M€ » (entre 2018 et 2022).

Sur la tutelle défaillante : « France Télévisions n'a plus de contrat d'objectifs et de moyens(COM) depuis fin 2023, ce qui témoigne d'un dysfonctionnement de ses tutelles. »

Sur les « orientations contradictoires » : la Cour note « les orientations contradictoires du gouvernement entre 2023 et 2024, avec une augmentation puis un gel d'une partie des crédits ».

Sur la dissolution (risque hypothétique) : « Si rien n'est fait, il existe un risque hypothétique de dissolution du groupe public. »

Le mot « faillite » n'apparaît pas dans le rapport. Le mot « dissolution » désigne une procédure juridique ordinaire du Code de commerce (évitée par une recapitalisation ou une réduction de capital), pas une mise en liquidation.

Source: [Cour des comptes — Rapport France Télévisions \(23 sept. 2025\)](#)

Source: [Audiences «de premier plan» mais «situation financière critique» : ce qu'il faut retenir du rapport de la Cour des comptes sur France Télévisions](#)

1.7 Ce que dit la Cour / Ce qu'Alloncle en dit / La réalité complète

Chaque ligne du tableau ci-dessous confronte une affirmation du rapporteur Alloncle à la citation exacte de la Cour des comptes, puis à l'explication causale que la Cour fournit mais qu'Alloncle omet systématiquement.

Ce que dit la Cour des comptes	Ce qu'Alloncle en dit	L'explication complète
« Déficit cumulé de 81 M€ entre 2017 et 2024. »	« France Télévisions est en quasi-faillite, les comptes sont maquillés. »	81 M€ de déficit net cumulé sur 8 ans = 0,34 % du budget total de la période (24 Md€). La Cour explique que la baisse des dotations de 161 M€ entre 2018 et 2022 en est la cause principale, partiellement absorbée par 386 M€ d'économies.
« France Télévisions a vu le concours de l'État baisser de 161 M€ entre 2018 et 2022. »	Alloncle ne cite jamais cette phrase. Il présente la baisse des dotations comme une décision logique face à la « gabegie ». Il répète : « Un système de gabegies largement assumé. » (formule de clôture d'Alloncle LIEN), comme si France TV n'avait eu aucune contrainte	C'est l'État qui a réduit le financement, pas France Télévisions qui a dépensé davantage. Sur la même période (2017-2024), les charges ont baissé de 386 M€. Les deux mouvements ne se compensent pas complètement : il reste un déficit, mais imputable à la tutelle.
« France Télévisions a réussi à consolider sa place de premier plan dans les audiences. »	Aucune mention de ces très bons résultats d'audience	Les audiences linéaires et numériques progressent. France Télévisions dépasse TF1 en audience cumulée (29,8 % vs 26,7 %). Un groupe en « gabegie » ne produit pas de tels résultats.
« La Cour note la réduction des effectifs de 10,3 % et des charges de 386 M€. »	Alloncle ne cite jamais les efforts de gestion reconnus par la Cour.	386 M€ d'économies sur 9 ans = effort réel et documenté. Malgré cela, la baisse des dotations (161 M€) et la fin de la redevance ont créé un déficit résiduel.
« France Télévisions n'a plus de COM depuis fin 2023 : dysfonctionnement des tutelles. »	Alloncle ne mentionne pas l'absence de COM ni la responsabilité de l'État actionnaire dans cette absence de perspectives, rendant très difficile toute décision d'investissement.	Le COM est l'outil par lequel l'État fixe les objectifs ET garantit le financement. Sans COM, France Télévisions navigue à vue. C'est une défaillance de l'État, pas de l'entreprise.
« Les capitaux propres sont inférieurs à la moitié du capital social depuis 2021. »	« France Télévisions risque la dissolution / est en quasi-faillite. »	Il s'agit d'un seuil du Code de commerce (art. L.225-248) qui oblige l'État à recapitaliser ou réduire le capital d'ici fin 2026. C'est une procédure de gouvernance, pas une liquidation. Toute SA peut y être soumise. L'État, actionnaire unique, est la solution : recapitaliser, point.
« La Cour formule des recommandations structurelles : recapitalisation, réforme de l'accord collectif, investissement numérique. »	Alloncle ne cite aucune des recommandations de la Cour. Il laisse entendre que France Télévisions ne peut pas se redresser.	Les recommandations de la Cour présupposent toutes le maintien du service public et l'intervention de l'État actionnaire. Aucune ne mentionne la privatisation ou la liquidation. Citer les constats sans les recommandations, c'est instrumentaliser la Cour.

Source: [FRANCE TELEVISION – Cour des Comptes 2025](#)

1.8 La mise en perspective des chiffres : 81 M€, qu'est-ce que ça représente ?

Le chiffre de 81 millions d'euros de déficit cumulé sur 8 ans (2017-2024) a été répété et répété par Charles-Henri Alloncle comme preuve d'une gestion catastrophique. Mais ce chiffre, remis dans son contexte, raconte une tout autre histoire.

LA RÈGLE DES PROPORTIONS

- Budget cumulé France Télévisions 2017-2024 : environ 24 milliards d'euros.
- Déficit cumulé sur la même période : 81 millions d'euros.
- Ratio : 81 M€ / 24 000 M€ = 0,34 % du budget total.

Une marge d'erreur au final, raisonnable, dans un contexte budgétaire volatil.

1.9 L'effet ciseau : comprendre la mécanique du déficit

Pour comprendre pourquoi France Télévisions est déficitaire, il faut visualiser un effet ciseau deux courbes qui se croisent sous l'effet de décisions politiques, pas de dérives managériales.

Année / Décision politique	Effet sur les finances de France Télévisions
2009 — Loi Sarkozy suppression de la publicité après 20h	Perte de recettes publicitaires estimées à 450 M€/an, non intégralement compensée par l'État
2018-2022 — Réduction des dotations État	-161 M€ de financement cumulé. Source primaire du déficit (Cour des comptes)
2022 — Suppression de la redevance (loi LFR 2022)	Perte du financement dédié et autonome. Remplacé par une fraction de TVA soumise aux arbitrages budgétaires annuels
2023 — Expiration du COM sans renouvellement	Absence de visibilité financière pluriannuelle : impossible de planifier les investissements
2023-2024 Orientations contradictoires	Augmentation puis gel des crédits. Instabilité maximale pour la gestion courante
2025 — Baisse des concours publics de 36 M€	Aggravation du déficit en cours d'exercice, cumulable à la fin de l'effet JO

Contre-enquête — La vraie chronologie du déficit

France Télévisions aurait été excédentaire sans les coupes de l'État. La preuve : les économies réalisées (386 M€) sont 4,8 fois supérieures au déficit cumulé (81 M€). Si les dotations n'avaient pas été réduites de 161 M€, le bilan de la période 2017-2024 serait positif de +80 M€, même sans les économies supplémentaires.

1.10 Qu'est-ce que le « risque de dissolution » ? – Démystification juridique

C'est l'argument le plus instrumentalisé par le rapporteur. Il mérite une explication précise.

LA RÈGLE JURIDIQUE — Article L.225-248 du Code de commerce

Lorsque les capitaux propres d'une société anonyme tombent en dessous de la moitié de son capital social, l'actionnaire dispose d'un délai de deux exercices pour :

- Recapitaliser (injecter des fonds propres).
- Réduire le capital social.
- Ou, à défaut, demander la dissolution judiciaire.

Cette règle s'applique à toutes les SA françaises, y compris des entreprises très profitables qui ont temporairement érodé leurs capitaux propres. Elle n'implique aucune cessation

d'activité immédiate. Pour France Télévisions, dont l'actionnaire unique est l'État français, la solution est triviale : l'État recapitalise, comme il l'a fait pour Air France, la SNCF, EDF ou la BPI lors de leurs crises respectives.

Situation	Ce que cela signifie réellement	Exemple comparable
Capitaux propres < 50 % du capital social depuis 2021	Obligation pour l'État de recapitaliser ou réduire le capital avant fin 2026	SNCF Réseau : reprise de dette de 35 Md€ par l'État en 2020. Pas de « faillite ».
Trésorerie « fortement érodée »	Besoin de liquidités à court terme, couvert par les avances de l'État	Air France-KLM : 7 Md€ de soutien État en 2020. Toujours en activité.

Source: [Legifrance — Article L.225-248 du Code de commerce](#)

1.11 Synthèse — ce que cette analyse établit

Les cinq points qui change le narratif de la faillite

1. Le mot « faillite » n'est pas dans le rapport de la Cour des comptes. Les mots exacts sont « situation critique » et « non soutenable », employés dans le contexte d'une recommandation de réforme, pas d'une condamnation.
2. La Cour identifie clairement le responsable : l'État. La baisse de 161 M€ des dotations, l'absence de COM, les orientations contradictoires sont imputés à la tutelle, pas à la direction.
3. 81 M€ de déficit cumulé sur 8 ans = 0,34 % du budget total. France Télévisions a absorbé les coupes par 386 M€ d'économies. Sans la réduction des dotations, le bilan serait excédentaire.
4. La « dissolution » est une procédure comptable ordinaire, résolue par une recapitalisation de l'État actionnaire. Elle ne signifie pas la disparition du service public.
5. La Cour recommande le renforcement, pas la privatisation. Le rapporteur cite les constats, efface les recommandations. C'est la définition de l'instrumentalisation d'une institution.

Chapitre 2 ↘

— Les 4 milliards :
une dépense ou
un investissement
de souveraineté ?

2.1 Le chiffre-choc et ce qu'il recouvre vraiment

Charles-Henri Alloncle a répété à l'envi que le Service Public de l'Audiovisuel coûte « 4 milliards d'euros », présentés comme un coût insupportable. Cette présentation est délibérément décontextualisée. Ce chiffre, ramené à sa réalité, représente :

- **Environ 57 euros par an et par Français, soit moins que cinq mois d'abonnement à Netflix Standard, ou deux mois de forfait mobile illimité.**
- Environ 4,75 euros par mois et par habitant pour bénéficier de six chaînes de télévision, sept antennes nationales de radio, 44 stations locales, deux chaînes parlementaires, une chaîne binationale (Arte), l'INA, et un réseau international (RFI, France 24, MCD) diffusé dans 21 langues sur 5 continents.
- Environ 0,55 % du budget de l'État (estimé à 450 Md€ en loi de finances 2025).

Ventilation du budget de l'audiovisuel public (PLF 2025)

Organisme	Budget public 2025	Périmètre
France Télévisions	2 567 M€	5 chaînes + France.tv + 24 antennes régionales
Radio France	666 M€	7 antennes nationales + 44 stations locales
France Médias Monde	304,2 M€	RFI, France 24, MCD — 21 langues
Arte France (part française)	~ 300 M€	Chaîne franco-allemande
INA	~ 100 M€	Archives nationales audiovisuelles
LCP / Public Sénat	~ 50 M€	Chaînes parlementaires
TOTAL	~ 3 987 M€	~ 57 €/an/habitant — ~ 4,75 €/mois

Sources : [Budget.gouv.fr](https://budget.gouv.fr) — Programmes 841, 843, 844 (PLF 2025) · [Assemblée nationale](#) — [PAP 2025 Avances à l'audiovisuel public](#)

2.2 Un effet multiplicateur économique, où comment 1 € devient 6 € : la « gabegie » est un investissement

L'audiovisuel public est souvent présenté comme un « coût » pour le contribuable. La réalité économique est exactement inverse : c'est un multiplicateur majeur de valeur ajoutée, d'emplois, de rayonnement culturel et territorial. Selon l'étude d'impact socio-économique réalisée pour France Télévisions par l'agence Utopies (2021) et actualisée dans le Livre blanc LaFA (2025) :

Indicateur	Montant / Chiffre	Source
Dotation publique FTV 2025	2,567 Md€	PLF 2025 (budget.gouv.fr)
Contribution FTV au PIB français	4,4 Md€	Étude Utopies 2021
Emplois directs + indirects soutenus	62 000 emplois	Étude Utopies 2021
Effet multiplicateur secteur entier	1 € public → 6 € produits	Livre blanc LaFA 2025
Achats FTV en France (2024)	1,7 Md€	France Télévisions
Investissement FTV dans la création	492,8 M€ — 31,7 % du total national	Arcom 2024
Valeur ajoutée du secteur audiovisuel	12,6 Md€/an — supérieur à l'automobile	Livre blanc LaFA 2025

Pour chaque euro de valeur ajoutée de France Télévisions, 2,4 € additionnels sont générés dans l'économie française (coefficient multiplicateur de 3,4). Les investissements de FTV couvrent plus de 380 secteurs d'activité : comédiens, techniciens, compositeurs, auteurs, sociétés de production, studios, locations, hôtellerie, restauration, transports, services numériques...

Illustration territoriale : le studio V à Vendargues (Hérault)

La série quotidienne *Un si grand soleil*, produite dans les studios de France.tv studio à Vendargues, illustre concrètement l'empreinte économique du service public en région. La Région Occitanie chiffre à 70 M€ les retombées économiques directes du pôle de production en 2024, sans compter les effets indirects sur le tourisme, l'hôtellerie, la restauration, l'artisanat.

Le projet V Studios, retenu en mai 2023 dans le cadre du plan « France 2030 » de la Grande Fabrique de l'image, est mis en exploitation début 2026 et permet de doubler la capacité de tournage sur Vendargues. **Il s'agit d'un des plus grands pôles de production audiovisuelle en France qui poursuit son développement en Occitanie.** 2 500 collaborateurs y travaillent déjà, dans une soixantaine de métiers, avec des partenariats directs avec les écoles d'audiovisuel locales. France Télévisions diversifie ainsi l'économie locale avec des métiers créatifs, retient les talents sur place, et nourrit la fierté territoriale.

Grâce à cet investissement, l'Occitanie est devenue « la deuxième région française en nombre de tournages », bénéficiant d'un « ciné-tourisme » documenté : 65 % des Français déclarent que les films et séries qu'ils ont vus leur ont donné envie de visiter les lieux de tournage (CNC, *Impact du cinéma et de la fiction TV sur le tourisme en France*, 2024).

Source : [Dis-Leur — Occitanie : avec de nouveaux studios, Un si grand soleil et autres fictions s'enracinent](#)
Source : [France Télévisions inaugure ses nouveaux studios de production à Vendargues](#)

2.3 Ce que les 4 milliards financent concrètement, jour après jour

Pour 57 euros par an et par personne, les Français et Françaises accèdent à :

- Les Jeux Olympiques, le Tour de France, Roland-Garros, la Coupe du monde de rugby – **gratuitement**, sur leur TNT.
- Les journaux télévisés de 13h et 20h de France 2, quotidiennement leaders en information viable
- France Inter – 1ère radio de France avec 7,2 millions d'auditeurs quotidiens.
- France 3 régions – la seule information locale TV à couvrir l'ensemble du territoire.
- Les outre-mer – 9 télévisions, 9 radios La 1ère, la seule offre accessible à tous les Français.
- Le documentaire français – France TV en est le premier financeur, devant Arte et Canal+.
- Les émissions de solidarité – Téléthon (96,5 M€ collectés en 2024), Sidaction (3,9 M€), Pièces jaunes.
- Les investigations qui ont rappelé aux Français ce qu'est un contre-pouvoir – PFAS, Perrier/Nestlé, Takata, harcèlement à Air France, pédocriminalité, etc.
- Le rayonnement international de la France RFI et France 24 touchent 254 millions d'auditeurs par semaine dans le monde.
- Les programmes jeunesse sans publicité – Okoo, Lumni, France 4, Mon petit France Inter.
- Lumni, Mon petit France Inter, les podcasts éducatifs – infrastructure éducative gratuite pour tous les enfants.
- Les grands rendez-vous de la Nation : hommages, commémorations, Notre-Dame, Panthéon, débats parlementaires retransmis gratuitement.

CONTRE-ENQUÊTE : LE VRAI COMPARATIF À FAIRE

Pour 57 €/an, les Français ont accès à l'ensemble de cette offre. Un seul abonnement standard à Netflix coûte environ 180 €/an sans les sports, sans l'info, sans la jeunesse sans pub, sans les outre-mer, sans le documentaire français, sans les chaînes régionales et le maillage de l'information locale, sans les radios. Comparer les deux offres révèle l'ampleur du biais du rapporteur : le service public n'est pas cher. Il est au contraire d'une efficacité économique remarquable.

Chapitre 3 ↘

— Les émissions de divertissement qui permettent de financer le service public : le paradoxe que le rapporteur refuse de voir

LE PARADOXE EN UNE PHRASE

Charles-Henri Alloncle dénonce une « gabegie » de 4 milliards d’euros — tout en critiquant la pertinence de *N’oubliez pas les paroles*, qui génère à elle seule jusqu’à 30 % des recettes publicitaires journalières de France 2. Supprimer la source de recette pour réduire le déficit : la logique arithmétique du rapporteur pose question.

3.1 Le reproche d’Alloncle : des jeux « commerciaux » indignes du service public

Le rapporteur a reproché à France Télévisions de diffuser des jeux animés par Nagui, principalement *N’oubliez pas les paroles* (NOPLP) et *Tout le monde veut prendre sa place*, en arguant qu’il s’agirait d’une dérive commerciale éloignée des missions de service public. Cette critique, qui revient régulièrement depuis des années dans les cercles adversaires de France Télévisions, révèle une incompréhension, délibérée ou pas, du modèle économique hybride du Service Public de l’Audiovisuel.

Des jeux culturels

Ce ne sont pas des jeux de télé-réalités, des jeux d’humiliation ou des formats importés sans ancrage national. Ce sont des jeux culturels :

- **Questions pour un champion**, diffusé depuis 1988 (France 3), référence culturelle intergénérationnelle où la culture générale française est célébrée chaque soir.
- **N’oubliez pas les paroles**, diffusé depuis 2007 (France 2), défense et illustration de la chanson française, d’Édith Piaf à Clara Luciani.
- **Tout le monde veut prendre sa place**, où la culture générale est la clé du jeu.
- **Des chiffres et des lettres**, monument patrimonial de la télévision française (1965-2024), modèle exporté dans une dizaine de pays sous le format *Countdown*.

Qualifier ces programmes de « commerciaux » au prétexte qu’ils attirent une large audience, c’est confondre popularité et futilité. La BBC diffuse *Countdown* (copie britannique de *Des chiffres et des lettres*) sans que personne n’y voie une dérive. La ZDF allemande diffuse des jeux culturels en access prime time. Le modèle est européen, pas français.

3.2 La logique de l'access prime time : le nerf du financement hybride

Si France 2 diffuse NOPLP entre 18h et 20h, ce n'est pas par choix éditorial pur : c'est parce que « l'État lui-même a imposé à France Télévisions de *financer une partie de ses missions par la publicité, tout en lui interdisant de diffuser de la publicité après 20h* (loi du 5 mars 2009). L'access prime time (18h-20h) est donc la seule plage horaire où France 2 peut maximiser ses recettes commerciales.

NOPLP, avec ses 1,7 à 2,7 millions de téléspectateurs quotidiens et ses pics à 19 % de part d'audience, est le champion de cette case. Sa suppression, demandée implicitement par le rapporteur — supprimerait 60 à 80 M€ de recettes annuelles pour France 2.

NOPLP — Les chiffres qui dérangent le rapporteur Alloncle

- Diffusion : deux numéros quotidiens (18h20 et 19h20), 7 jours sur 7, depuis 2007 sur France 2.
- Audience : 1,7 à 2,7 millions de téléspectateurs par numéro ; record à 19,1 % de part d'audience.
- Recettes publicitaires estimées (2024-2025) : 60 à 80 M€ annuels.
- Coût de production estimé : ~15 M€. Marge nette estimée : 45 à 65 M€.
- Part des recettes publicitaires quotidiennes de France 2 générée par l'access prime time : 29 % (source Kantar Media), soit environ 30 % des recettes publicitaires journalières selon les données reprises par Le Figaro.

Sources : [Puremédias/Ozap — NOPLP représenterait 30 % des recettes pub de France 2](#) · [Storystellar — Grilles tarifaires France TV 2024](#)

3.3 Le principe de subventionnement croisé : ce que le rapporteur Alloncle n'explique pas aux Français

Ce que NOPLP rapporte ne disparaît pas dans les poches d'actionnaires, France Télévisions n'en a pas. Ces recettes financent directement des missions non rentables du Service Public de l'Audiovisuel, comme nous le verrons plus loin :

- L'information régionale de France 3 (4 700 salariés en régions, 101 implantations locales).
- Les documentaires de création (105 M€ investis par FTV en 2025).
- Les retransmissions de culture et de spectacle vivant (opéras, concerts, théâtre, festivals régionaux).
- Les émissions jeunesse sans publicité (Okoo, France 4, Lumni).
- Les outre-mer (9 télévisions + 9 radios La 1ère).
- Les programmes de solidarité non rémunérateurs (Téléthon, Sidaction, Pièces jaunes).
- Les retransmissions du culte
- L'information internationale qui est très chère à produire

C'est le principe de *subvention croisée* : les émissions rentables subventionnent celles qui ne peuvent pas l'être. Ce modèle n'est pas une anomalie : c'est le fondement même de l'équilibre économique du service public hybride, assumé par l'État depuis la réforme de 2009.

3.4 Grilles tarifaires : la preuve par les chiffres de la stratégie commerciale imposée

Le tableau ci-dessous, issu des grilles publiques de France TV Publicité, démontre à quel point l'access prime time est le seul créneau stratégique encore ouvert à la monétisation. La publicité étant interdite après 20h sur France 2, France 3, France 4 et France 5, l'essentiel du chiffre d'affaires pub se concentre sur les deux heures précédant le JT de 20h.

Tranche horaire	France 2 (spot 30 s)	France 3	France 5
Matinée (6h30-8h50)	1 300 € – 5 500 €	110 € – 270 €	n.d.
Journée (11h-14h)	3 200 € – 7 900 €	250 € – 450 €	n.d.
Access prime time (18h-20h)	8 000 € – 18 000 €	1 990 € – 2 590 €	3 450 € – 5 150 €
Prime time (après 20h)	PUB COMMERCIALE INTERDITE	17 000 € – 20 000 € (pub collective)	n.d.

Sources : [Storystellar – Prix diffusion France Télévisions 2024](#) · [Arcom – Réglementation des communications commerciales](#)

3.5 La suppression de la pub après 20h : un manque à gagner non compensé.

Lors de son audition du 10 décembre 2025, Delphine Ernotte a chiffré précisément le coût de la décision politique de 2009 :

« Le spot de pub entre le JT et la première partie de soirée, c'est 80 millions d'euros par an. » **Delphine Ernotte, PDG de France Télévisions, commission d'enquête 10 décembre 2025**

Ce montant non perçu découle d'une décision prise par l'État, pas par France Télévisions. Le rapporteur Charles Alloncle dénonce le déficit sans jamais mentionner que celui-ci est la conséquence mécanique d'une règle imposée par l'État lui-même. C'est une responsabilité politique que le rapporteur a délibérément esquivée.

Source : [Franceinfo – Audition Ernotte devant la commission d'enquête \(10 déc. 2025\)](#)

3.6 La proposition Bolloré : financer le service public à 100 % par la pub

Lors de son audition du 24 mars 2026, Vincent Bolloré a formulé publiquement sa proposition (passons sur le fait que Vincent Bolloré ne regarde, d'après ses dires, ni TF1, ni M6, ni le Service Public de l'Audiovisuel, ce qui explique sa conclusion erronée de classer les programmes comme étant les mêmes) :

« Le sujet, ce n'est pas l'audiovisuel public, c'est son coût. Quand je vois que ça coûte 4 milliards alors que c'est les mêmes programmes que sur la Une ou la Six, je pense que vous avez des choses que vous pouvez faire pour éviter d'avoir ces 4 milliards. » **Vincent Bolloré, audition du 24 mars 2026**

Interrogé directement par le député Jérémie Patrier-Leitus sur un financement intégral par la publicité, Vincent Bolloré a confirmé :

« Oui, voilà, exactement. Je suis favorable à un service public financé comme les autres chaînes, mais qui appartienne à l'État. » **Vincent Bolloré, même audition**

Pourquoi cette proposition est mathématiquement intenable

Examinons les ordres de grandeur que M. Bolloré semble ignorer :

- Budget total de France Télévisions : autour de 2,5 milliards d'euros.
- Marché publicitaire total de toutes les télévisions françaises (TF1, M6, France 2, Canal+, TNT, etc.) : environ 3,3 milliards d'euros en 2024.
- Même si France Télévisions captait 100 % du marché publicitaire télé — scénario absurde qui signifierait la faillite de TF1, M6 et des autres — il lui manquerait encore plusieurs centaines de millions pour financer son budget actuel.
- Et ce marché baisse structurellement : **-8,1 % en 2025** (BUMP 2025).

CONTRE-ENQUÊTE : UNE PROPOSITION QUI N'EN EST PAS UNE

La proposition de M. Bolloré est incantatoire et sans fondement économique : elle reviendrait à supprimer de facto le Service Public de l'Audiovisuel. D'ailleurs, Rodolphe Belmer (PDG de TF1), directement concurrent de France Télévisions sur le marché publicitaire, s'y est opposé publiquement. Quand le concurrent principal d'un acteur public dit qu'il faut le préserver, cela devrait alerter le rapporteur, à moins que l'affaiblissement du service public ne soit précisément l'objectif politique recherché.

Source : [Le Monde — Pour Vincent Bolloré, l'audiovisuel public devrait être entièrement payé par la publicité \(25 mars 2026\)](#)

Source : [Assemblée nationale — Compte rendu audition Rodolphe Belmer \(TF1\)](#)

3.7 La vérité sur le marché publicitaire français

Plutôt que d'attaquer un service public qui fait tout son possible avec les recettes commerciales qu'on l'autorise à percevoir, la commission aurait gagné à regarder où va l'argent publicitaire français.

Acteur	Recettes publicitaires 2024 (France)	Part
France Télévisions (service public)	451 M€	5 %
Radio France (service public)	66,5 M€	0,6 %
TOTAL AUDIOVISUEL PUBLIC	517,5 M€	5,6 %
Groupe TF1 (toutes chaînes)	1 790 M€	15,5 %
Groupe M6 (toutes chaînes)	884 – 1 032 M€	10 %
Google + Meta + Amazon (GAFAM, France)	7 790 M€	74 %

Les GAFAM captent 14 fois plus de recettes publicitaires que l'ensemble du Service Public de l'Audiovisuel réuni. Ces milliards d'euros quittent l'économie française pour alimenter des entreprises domiciliées aux États-Unis, payant peu d'impôts en France grâce à des structures fiscales optimisées.

La vraie bataille publicitaire n'oppose pas France 2 à TF1. Elle oppose l'ensemble des médias français (publics et privés confondus) à YouTube, Meta, TikTok, Amazon. Sur ce combat stratégique, qui touche à la souveraineté économique, informationnelle et culturelle du pays, la commission Alloncle n'a consacré aucune audition à ce sujet absolument crucial pour le financement du Service Public de l'Audiovisuel comme celui de l'ensemble des médias français.

Sources : [BUMP 2025 – France Pub / IREP / Kantar Media](#) · [Observatoire e-pub SRI-UDECAM / Oliver Wyman 2024](#) · [France Télévisions – Rapport annuel 2024 \(volet financier\)](#)

Chapitre 4 ↘

— le sport en clair :
sans France TV, le tour de
France devient payant

L'ARGUMENT EN UNE PHRASE

Au Royaume-Uni, regarder le Tour de France coûte désormais 370 £ par an (435 €/an), parce que l'offre n'existe plus sur le service public garantissant la gratuité. En France, c'est encore gratuit. Pour combien de temps, si France 2 était privatisé ?

4.1 Ce que le Service Public de l'Audiovisuel rend gratuit, et ce que le marché payant enlèverait

France Télévisions diffuse en clair et gratuitement sur la TNT des événements que la plupart des pays comparables ont déjà basculés en offre payante : l'intégralité du Tour de France cycliste, les Jeux Olympiques, Roland-Garros, une partie des matchs de l'équipe de France de football, les Championnats du monde d'athlétisme, les sports paralympiques, le rugby international, une partie du Top 14.

Ces diffusions ne sont pas des cadeaux : elles sont **des obligations inscrites dans le cahier des charges** du service public, qui garantit l'accessibilité universelle aux événements d'importance majeure ([décret n° 2004-1392 transposant la directive européenne « Services de médias audiovisuels »](#)). Lire ce décret est instructif pour comprendre la force d'un Service Public et afin de réaliser comment France Télévisions est la garantie concrète de cet accès universel.

4.2 Tour de France : le triomphe populaire d'un modèle public

En 2025, plus de 32 millions de Français ont regardé au moins une minute du Tour de France sur les antennes de France Télévisions — soit près d'un Français sur deux. L'étape du 14 juillet 2025 a rassemblé 5,4 millions de téléspectateurs (49,8 % de part d'audience). La dernière étape du Tour 2025 a atteint 5,2 millions de téléspectateurs et un pic à 8,7 millions.

TOUR DE FRANCE 2025 : UN PAYS QUI VIBRE GRÂCE AU SERVICE PUBLIC

- 32 millions de Français ont regardé au moins une minute du Tour.
- Étape du 14 juillet 2025 : 5,4 millions de téléspectateurs, 49,8 % de PDA.
- Dernière étape : 5,2 millions - pic à 8,7 millions (42,1 % PDA).
- France Télévisions paie autour de 25 M€/an les droits exclusifs + environ 10 M€ de coûts de production, car FTV produit le signal international diffusé dans plus de 190 pays. Aucun service privé ne pourrait mettre autant de moyens de production sur un seul événement sportif pour des raisons de rentabilité.
- Contrat FTV-ASO renouvelé jusqu'en 2030 (signé en juillet 2023).

Sources : [France TV Pro — Bilan Tour de France 2025](#) · [Stratégies — Audience record pour la dernière étape du Tour](#) · [Sport Buzz Business — Contrat FTV-ASO 2026-2030](#) · [Les Échos — Le business du Tour de France](#)

Le coût d'investissement (droits + production du signal mondial) explique le faible attrait des diffuseurs privés pour le Tour : les deux missions ne sont pas rentabilisables par la seule publicité. Sans service public, la course la plus regardée de France deviendrait un produit de niche payant, comme c'est déjà le cas pour la quasi-totalité des autres compétitions cyclistes.

4.3 La preuve par l'étranger : le Tour de France devenu payant au Royaume-Uni

Le Royaume-Uni offre un triste cas d'école. Jusqu'en 2025, les téléspectateurs britanniques pouvaient suivre le Tour via Eurosport pour 6,99 £/mois. Depuis 2026, Warner Bros. Discovery (TNT Sports) est diffuseur exclusif, au prix de 30,99 £/mois, soit 370 £/an (environ 435 €/an). Une hausse de +340 % imposée aux amateurs britanniques du cyclisme.

Pays	Chaîne / plateforme	Coût pour le téléspectateur
France	France 2, France 3, France.tv (public)	GRATUIT (jusqu'en 2030)
Belgique (FR)	RTBF (public)	Gratuit
Belgique (NL)	VRT / Sporza (public)	Gratuit
Italie	Rai Sport (public)	Gratuit
Espagne	RTVE (public)	Gratuit
Australie	SBS (public)	Gratuit
Royaume-Uni (depuis 2026)	TNT Sports (privé)	30,99 £/mois = ~435 €/an
Canada	Flobikes (privé)	~210 \$ CAD/an
États-Unis	NBC / Peacock Premium (privé)	4,99 \$/mois + abonnement

Source : [Cycling Weekly – Who gets the best deal for watching cycling \(2026\)](#)

Ce tableau démontre une règle structurelle : quand le service public existe, le Tour reste gratuit. Quand il disparaît, il devient payant, cher, et réservé aux initiés. La privatisation de l'audiovisuel public français enclencherait mécaniquement le même scénario.

4.4 Jeux Olympiques Paris 2024 : records historiques de France Télévisions

Les Jeux Olympiques de Paris 2024 constituent le test grandeur nature de ce que peut faire le service public quand il est mobilisé à plein régime. Les chiffres parlent d'eux-mêmes :

JEUX OLYMPIQUES PARIS 2024 – RECORDS ABSOLUS

60 millions de Français (88 % de la population) ont suivi les JO sur France Télévisions.

Cérémonie d'ouverture (26 juillet) : 24,4 millions de téléspectateurs en moyenne – record historique Médiamat.

Pic de la cérémonie d'ouverture (Aya Nakamura) : 31,4 millions.

Léon Marchand, 4^e médaille d'or (2 août) : 14,5 millions – 59,9 % de PDA.

99 % des 15-24 ans, des actifs, des hommes et des femmes ont suivi les JO sur France TV.

Chaque Français a regardé en moyenne plus de 24 heures les Jeux sur les antennes du groupe.

Plus de 200 millions de vidéos vues sur france.tv pendant les JO.

La cérémonie d'ouverture reste, replay inclus, le programme le plus vu de toute l'histoire de la télévision française.

France Télévisions a également généré 451 M€ de recettes publicitaires records pendant la période des Jeux, démontrant que la mission de service public et la performance économique peuvent être aussi parfaitement compatibles quand l'événement est grand, la production exceptionnelle et l'adhésion populaire massive.

Sources : [France TV Pro — Bilan JO Paris 2024](#) · [Médiamétrie — Avec le sport, l'été de tous les records](#) · [CB News — Audience cérémonie d'ouverture](#) · [France Télévisions — Rapport annuel 2024 \(volet financier\)](#)

4.5 Roland-Garros : le seul Grand Chelem gratuit en France

Le tennis est l'exemple inverse, et révélateur. Sur les quatre tournois du Grand Chelem, un seul reste accessible gratuitement à l'ensemble des Français : Roland-Garros, diffusé par France Télévisions. Les trois autres (Open d'Australie, Wimbledon, US Open) ne sont visibles qu'en abonnement payant (Eurosport, Prime Video, DAZN).

Hors de France, Roland-Garros est déjà intégralement payant : le groupe Warner Bros. Discovery détient les droits dans 49 territoires via Eurosport (Europe hors France) et TNT Sports (Royaume-Uni, Irlande, États-Unis). Aux États-Unis, TNT a signé en 2024 un accord de 10 ans (2025-2034) d'un montant de 650 millions de dollars. En streaming, les plateformes Max et discovery+ facturent l'accès.

Ainsi, un Français qui veut suivre l'intégralité des Grands Chelems doit payer Eurosport (env. 70 €/an) et d'autres plateformes (Prime Video, DAZN), soit plus de 200 €/an de frais supplémentaires. Sans France Télévisions, Roland-Garros serait à ajouter à la liste, et le tennis de haut niveau deviendrait réservé aux foyers les plus aisés.

4.6 Les sports « pauvres » : l'invisible service rendu par l'audiovisuel public

Les disciplines les plus médiatiques (football professionnel, Formule 1, boxe poids lourds) ont toutes basculé en grande partie sur des chaînes payantes. Elles survivent économiquement sans service public. Ce que le service public protège, ce sont les sports que personne d'autre ne diffuserait :

- Championnats du monde d'athlétisme.
- Championnats du monde de natation.
- Jeux Paralympiques (entièrement pris en charge par FTV en 2024).
- Sports féminins (football, rugby, handball, basket), dont la couverture a été multipliée par 4 en 10 ans grâce à France Télévisions.
- Sports olympiques individuels peu médiatisés : escrime, haltérophilie, tir, tir à l'arc, équitation, voile, canoë-kayak.
- Cyclisme amateur, Championnats du monde.
- Patinage artistique, biathlon, ski nordique.

Aucune chaîne privée commerciale ne diffuse à perte les Championnats du monde d'athlétisme, les Jeux Paralympiques, ou le handball féminin. Leur CPM (coût pour mille) publicitaire est trop faible pour rentabiliser les droits. Le Service Public de l'Audiovisuel est la seule fenêtre médiatique pour des dizaines de disciplines, et donc, pour des dizaines de milliers de pratiquants amateurs, de bénévoles de clubs, d'entraîneurs, qui voient leur sport reconnu sur le petit écran.

CONTRE-ENQUÊTE : CE QUE « GABEGIE » SIGNIFIE VRAIMENT

Le rapporteur qualifie de « gabegie » le fait de diffuser gratuitement des sports peu rentables. Cette qualification est irrespectueuse des personnes concernées par les épreuves ou programmes qui n'auraient aucune visibilité sans le service public. Il ne s'agit pas d'une gabegie, c'est une obligation républicaine d'accès universel à la culture sportive. Le jour où seuls les abonnés premium pourront voir Léon Marchand nager, le Tour de France escalader le Galibier, ou l'équipe de France de handball féminin disputer une finale olympique, ce ne sera pas le marché qui aura gagné. Ce sera une partie de la cohésion nationale qui aura disparu.

Chapitre 5 ↘

— Solidarité nationale :
le Téléthon, le Sidaction,
le Papotin – ce que le
marché ne fera jamais

LA QUESTION QUI DÉRANGE

Aucune chaîne privée commerciale ne consacrerait 30 heures d’antenne consécutives à une collecte pour la recherche médicale, à une heure de grande écoute, pendant deux jours de week-end. Aucun abonnement payant ne s’interromprait pour sensibiliser au VIH. Aucune plateforme algorithmique ne donnerait la parole à 50 journalistes autistes. Ces émissions existent parce qu’elles sont produites par un service public. Supprimer le service public, c’est les supprimer toutes.

5.1 Le Téléthon : 96,5 millions d’euros en 2024, une œuvre scientifique et sociale unique au monde

Le Téléthon est l’une des plus grandes opérations de solidarité télévisuelle au monde. Depuis sa création en 1987, diffusé sur les antennes de France Télévisions et relayé sur l’ensemble des antennes de Radio France et de France Bleu/Ici, il a collecté plus de 3 milliards d’euros au profit de la recherche sur les maladies génétiques.

L’édition 2024 (29 et 30 novembre) a atteint la collecte exceptionnelle de 96 553 593 euros, portée par le parrain Mika et les équipes de France Télévisions qui ont animé 30 heures consécutives d’antenne.

TÉLÉTHON : 38 ÉDITIONS, DES RÉSULTATS SCIENTIFIQUES CONCRETS

- Plus de 3 milliards d’euros collectés depuis 1987.
- 96,5 M€ collectés en 2024 – résultat final de la 38^e édition.
- A permis la création du laboratoire Généthon, qui a publié les premières cartes du génome humain.
- A financé l’invention de la thérapie génique.
- A permis le traitement de 4 000 enfants atteints d’amyotrophie spinale.
- A financé l’intervention ayant rendu la vue à 250 malades.
- Finance chaque année l’accompagnement de 7 700 familles en France.
- Premier essai de thérapie génique chez l’enfant pour la myopathie de Duchenne (Généthon, 2021).
- Cap sur l’édition 2026 – parrainage renouvelé avec France Télévisions.

Sources : [AFM-Téléthon — Résultats édition 2024](#) · [AFM-Téléthon — Histoire du Téléthon](#) · [Radio France — Partenariat Téléthon](#)

CONTRE-ENQUÊTE : LE TÉLÉTHON EST UNE ŒUVRE DE SERVICE PUBLIC

Aucune chaîne privée ne bloquerait 30 heures d'antenne sur son créneau premium pour lever des fonds destinés à la recherche médicale. C'est économiquement impossible : le coût d'opportunité publicitaire dépasse de loin le rendement. Pour une chaîne commerciale, le Téléthon est un désastre financier, c'est précisément pour cela qu'il ne peut exister que sur une chaîne publique.

Sans France Télévisions, il n'y aurait pas de Téléthon. Sans le Téléthon, il n'y aurait pas de thérapie génique, pas de laboratoire Généthon, pas de 4 000 enfants sauvés de l'amyotrophie spinale, pas de 7 700 familles accompagnées chaque année. Le rapporteur Charles Alloncle a disserté sur des déficits, des dépenses, il n'a jamais rappelé ce que ce service public apportait à des Français et des Françaises fragilisés par les épreuves de la vie.

5.2 Le Sidaction : la mobilisation médiatique contre le VIH

Le Sidaction, créé en 1994, est la grande opération nationale de mobilisation contre le VIH. Il rassemble chaque année, durant trois jours, un marathon audiovisuel impliquant une vingtaine de chaînes de télévision et de radio, France Télévisions en chef de file, aux côtés de Radio France et de ses 44 stations locales Ici.

L'édition 2025 (21-23 mars) a recueilli 3 909 357 euros de promesses de dons, en légère hausse par rapport à 2024, dans un contexte très tendu lié à l'arrêt des aides américaines. La soirée principale était diffusée en prime time sur France 2, avec un dispositif éditorial que seul le service public pouvait déployer.

SIDACTION 2025 — LA MOBILISATION DU SERVICE PUBLIC

- 3,9 M€ de promesses de dons collectés en 3 jours (21-23 mars 2025).
- 33 médias partenaires, dont France Télévisions en chef de file.
- Ambassadeur 2025 : le rappeur Damso, auteur de l'hymne *Grand Soleil*.
- Radio France : 44 stations locales Ici mobilisées + émissions dédiées sur France Inter, Mouv', franceinfo, France Musique.
- France 3 : soirée spéciale « Quiz des champions – spécial Sidaction » le 27 mars 2025, animée par Flavie Flament (30 000 € reversés par les champions des jeux TV).

Sources : [Sidaction — Bilan 2025](#) · [Radio France — Radio France aux côtés du Sidaction 2025](#) · [France Télévisions — Quiz des champions spécial Sidaction](#)

5.3 Le Papotin : 50 journalistes autistes, la rédaction la plus atypique de France

Créé en 1990 par Driss El Kesri, éducateur à l'hôpital de jour d'Antony, *Le Papotin* est un journal rédigé par des personnes porteuses de troubles du spectre autistique. Depuis le 3 septembre 2022, France 2 diffuse *Les Rencontres du Papotin*, une émission d'interviews atypiques où une personnalité répond, sans filtre, sans animateur-vedette, sans stratégie promotionnelle, aux questions de 40 à 50 journalistes autistes.

L'émission, proposée par les réalisateurs Éric Toledano et Olivier Nakache (*Intouchables*,

Hors normes, Le Sens de la fête), modérée par Julien Bancilhon, a été diffusée en prime access le samedi à 20h30 sur France 2. Elle a accueilli Jacques Chirac, Nicolas Sarkozy, Barbara, Marc Lavoine, Vincent Cassel, Philippe Katerine, Camille Cottin, Julien Doré, Claude Lelouch, Benjamin Lavernhe...

En mai 2025, pour la première fois, 18 journalistes du Papotin ont couvert le 78^e Festival de Cannes pour une émission spéciale diffusée sur France 2, une démarche inclusive unique au monde, saluée par Manuel Alduy, directeur du cinéma de France Télévisions : « Tous les journalistes du monde se déplacent au Festival de Cannes. Dans une démarche inclusive, nous avons pensé que c'était bien que cette équipe de journalistes atypiques propose une couverture atypique du festival. ». Est-ce que cette approche humaniste de la télévision est « woke » selon le rapporteur et donc condamnable ?

LE PAPOTIN : UNE ÉMISSION IMPOSSIBLE AILLEURS QUE SUR UN SERVICE PUBLIC

- Diffusée depuis septembre 2022 sur France 2, prime access du samedi 20h30.
- 50 journalistes non-professionnels porteurs de troubles du spectre autistique.
- Modératrice : Julien Bancilhon, rédacteur en chef du journal Le Papotin.
- Créée d'après une idée d'Éric Toledano et Olivier Nakache, réalisée par Henri Poulain.
- Tournages de 3 heures pour une émission finale de 30 minutes, un effort éditorial incompatible avec les contraintes publicitaires des chaînes privées.
- Format exporté à l'international sous le titre *The A Talk*.
- Couverture inédite du Festival de Cannes 2025 par 18 journalistes autistes, première mondiale.

Les Rencontres du Papotin incarnent précisément ce que le marché publicitaire ne permet pas : un format long, sans animateur vedette, sans rythme imposé, avec des silences, des répétitions, des questions décalées. Un modèle éditorial impossible à rentabiliser en publicité, et pourtant, un des plus beaux formats de télévision française des dix dernières années, salué pour son humanisme.

Sources : [Wikipédia – Les Rencontres du Papotin](#) · [Handicap.fr – Le Papotin au Festival de Cannes 2025](#) · [CAF – Dans les coulisses du Papotin](#)

5.4 Pièces jaunes, Opération Handicap, opérations ponctuelles : la routine invisible du service public

Au-delà des trois grands rendez-vous (Téléthon, Sidaction, Papotin), France Télévisions et Radio France sont partenaires historiques de plus d'une vingtaine d'opérations de solidarité annuelles : *Pièces jaunes* (Fondation des Hôpitaux), *Pasteurdon* (Institut Pasteur), *Restos du Cœur* (Enfoirés), *Journée mondiale du diabète*, *Semaine pour l'emploi des personnes handicapées*, opérations spéciales « *Grandes causes nationales* ».

Chacune de ces opérations repose sur la mobilisation d'antennes, de visages connus, de plateaux improvisés dans la grille, sur des durées incompatibles avec les logiques de rentabilité commerciale. **C'est la routine invisible du service public, jamais mentionnée par le rapporteur Alloncle, jamais valorisée dans la balance « gabegie versus efficience »**. Pourtant, ces opérations lèvent chaque année des dizaines de millions d'euros pour la recherche, l'hôpital, les associations...

Chapitre 6 ↘

— Démocratie
et vie de la nation:
débats parlementaires,
commémorations,
pluralisme

6.1 Les interventions présidentielles, les allocutions solennelles

Les grandes allocutions du Président de la République, vœux du 31 décembre, allocutions de crise (Covid-19, guerre en Ukraine, attentats), interventions solennelles, sont systématiquement retransmises sur France Télévisions et Radio France, en direct, sans coupure, sans commentaire, sans publicité. Cette tradition républicaine, qui relève d'une fonction de **service public démocratique** au sens le plus strict, est indissociable du maintien d'une infrastructure publique.

Sur les chaînes privées, ces allocutions sont également diffusées, mais dans un cadre contraint de grille commerciale, avec des logiques d'interruption (flashs pub, bandeaux sponsorisés) que seule la TNT publique évite totalement.

6.2 La couverture des grands moments de la Nation

Réouverture de Notre-Dame de Paris (7-8 décembre 2024)

30,2 millions de Français ont suivi sur France Télévisions la réouverture de Notre-Dame de Paris. France 2, France 3 et France 4 étaient en éditions spéciales continues pendant deux jours. La cathédrale, fermée depuis l'incendie d'avril 2019, rouvrait après cinq ans de restauration — un moment de partage national sans équivalent. Aucune chaîne privée n'aurait bloqué deux jours de grille premium pour un événement non sportif et non commercial.

Source : [France TV Pro — Audience réouverture Notre-Dame \(décembre 2024\)](#)

Commémorations des attentats du 13 novembre 2015 — 10e anniversaire (13 nov. 2025)

Le service public s'est totalement mobilisé pour le dixième anniversaire des attentats du 13 novembre :

- Émission spéciale dès 16h15 sur France 2 et france.tv, présentée par Julian Bugier et Nathalie Saint-Cricq.
- Retransmission en direct de la cérémonie nationale au Jardin mémoriel (18h-20h).
- Prime time à 21h15 : série documentaire. *13 Novembre : Le choix de Sonia* de David André et Violette Lazard
- 23h15 : documentaire *13 novembre : Les Ricochets* de Florence Touquereau et Pauline Pallier
- Co-diffusion sur franceinfo canal 27 toute la journée et sur TV5 Monde.

Une mission mémorielle qu'aucune chaîne privée commerciale ne remplirait à ce niveau de profondeur éditoriale et de mobilisation d'antennes simultanées.

Les cérémonies au Panthéon

L'entrée au Panthéon de grandes personnalités (Simone Veil en 2018, Missak Manouchian en 2024, Robert Badinter en 2026, etc.) offre des occasions uniques de transmission de savoir historique, fréquemment relayées dans les écoles dans les jours suivants. Ces cérémonies, retransmises intégralement et gratuitement par France Télévisions, participent à la construction d'une mémoire nationale partagée.

6.3 La diffusion du culte : l'obligation constitutionnelle du pluralisme

Chaque dimanche matin, France 2 diffuse, en vertu du cahier des charges du service public, au titre de [l'article 56 de la loi de 1986](#) :

« France Télévisions programme le dimanche matin des émissions à caractère religieux consacrées aux principaux cultes pratiqués en France. Ces émissions sont réalisées sous la responsabilité des représentants de ces cultes et se présentent sous la forme de retransmissions de cérémonies cultuelles ou de commentaires religieux. Les frais de réalisation sont pris en charge par la société dans la limite d'un plafond fixé par les dispositions annuelles du cahier des charges.

L'ensemble des cultes reconnus sont concernés : catholique, protestant, orthodoxe, musulman, juif, bouddhiste (*Sagesse Bouddhistes*). *Le Jour du Seigneur*, qui a célébré ses 75 ans en 2024, est la plus ancienne émission encore à l'antenne dans le monde.

Cette mission n'est pas spirituelle : elle est républicaine. Elle garantit à chaque grande communauté religieuse de France l'accès à un espace d'expression audiovisuelle gratuit et respecté. Aucune chaîne privée commerciale ne remplit cette obligation : elle n'y trouverait aucun intérêt publicitaire. Supprimer France 2 ou réduire son budget, c'est réduire la visibilité des cultes, un paradoxe spectaculaire pour des politiques qui prétendent défendre les « racines chrétiennes de la France »,.

6.4 Les retransmissions institutionnelles : défilés, traités, audiences solennelles

Le défilé du 14 juillet, les cérémonies du 8 mai et du 11 novembre, les adresses au Congrès du Parlement, les audiences solennelles de la Cour de cassation, la rentrée solennelle du Conseil constitutionnel, les grandes conférences de presse présidentielles, toute cette architecture institutionnelle visible repose sur une infrastructure audiovisuelle publique capable de mobiliser cars-régie, journalistes, animateurs, équipes techniques dans des délais courts, sans négociation commerciale.

Un pays qui veut rester démocratique doit garantir à ses citoyens un accès libre et gratuit à voir fonctionner ses institutions. Cette accessibilité ne peut être que publique, parce qu'elle n'est ni spectaculaire, ni rentable, mais essentielle.

6.5 Le pluralisme politique garanti : l'Arcom et le cahier des charges

Le Service Public de l'Audiovisuel est soumis à des obligations légales strictes de pluralisme et d'impartialité ([loi du 30 septembre 1986, article 3-1](#) ; [décret n° 2009-796, article 2](#)). Ces obligations sont contrôlées en permanence par l'Arcom, qui publie des bilans trimestriels sur le temps de parole des formations politiques.

Les chaînes privées TNT sont soumises à un cadre plus léger, et dans les faits, beaucoup moins strictement contrôlé. Les dérives répétées de certaines chaînes d'information continue (Cnews, C8 sanctionné par la fermeture pour non-respect de ses obligations) l'illustrent : sanctions Arcom, mises en demeure, débats publics sur la concentration médiatique. Aucune de ces dérives, à de rares exceptions près, n'a lieu sur France 2, France 3, franceinfo ou France Inter, soumises à un cahier des charges exigeant et vérifié.

CONTRE-ENQUÊTE : LA NEUTRALITÉ, C'EST UNE OBLIGATION LÉGALE DU SERVICE PUBLIC

La commission d'enquête s'intitule « sur la neutralité, le fonctionnement et le financement de l'audiovisuel public ». Le mot « neutralité » est ici une arme rhétorique : le Service Public de l'Audiovisuel est le seul ensemble de médias soumis à une obligation légale de neutralité, vérifiée en permanence par l'Arcom. Les chaînes privées ne sont soumises qu'à un contrôle allégé et a posteriori. S'il y a un problème de neutralité dans le paysage audiovisuel français, il ne vient pas du service public mais davantage du secteur privé.

Sources : [Arcom — Temps de parole politique](#) :

Chapitre 7 ↘

— Création française :
documentaires, fictions,
animation patrimoine –
La colonne vertébrale
du secteur.

LE CHIFFRE QUI RÉSUME TOUT

Le groupe France Télévisions et Arte financent à eux seuls 70 % des documentaires français aidés par le CNC. TF1 et M6 réunis n'en financent que 10 %. Sans le Service Public de l'Audiovisuel, la moitié du récit audiovisuel de la France disparaîtrait.

7.1 Premier financeur et premier diffuseur du documentaire en France

France Télévisions investit en 2023 105 millions d'euros dans le documentaire (chiffres officiels France Télévisions). Le groupe représente ainsi plus de la moitié du financement total du documentaire audiovisuel en France, tous diffuseurs confondus.

D'après le bilan du CNC pour 2023 :

« Les diffuseurs publics restent les premiers financeurs du documentaire, apportant 154,1 M€ en 2023 (+0,9 % par rapport à 2022). Le groupe France Télévisions est le premier contributeur (75,5 M€), devant Arte (32,4 M€) et le groupe Canal+ (18,9 M€). Les plateformes étrangères investissent 2,9 M€ dans la production de 7 heures de documentaires audiovisuels aidés en 2023 (contre 2,3 M€ et 5 heures en 2022 dans le cadre du dispositif transitoire FSP). » CNC - [Un volume de production aidée par le CNC stable en 2023, des investissements en forte hausse](#)

Diffuseur	Investissement documentaire 2023	Part du total
France Télévisions (public)	75,5 M€	~ 49 %
Arte (public)	32,4 M€	~ 21 %
Canal+ (privé)	18,9 M€	~ 12 %
TF1 (privé gratuit)	< 10 M€	< 7 %
M6 (privé gratuit)	< 10 M€	< 7 %
Plateformes étrangères (Netflix, Amazon, Disney+)	2,9 M€ (7 heures)	< 2 %
TOTAL AUDIOVISUEL PUBLIC (FTV + Arte)	107,9 M€	70 %

Sources : [CNC — Production audiovisuelle aidée 2023](#) · [Influencia — Étude CNC 2023 : France TV + Arte = 70 % des apports diffuseurs](#) · [Mediakwest — CNC Sunny Side of the Doc 2024](#) · [France Télévisions — Notre budget](#) · [Rapport IGAC 2023, Ministère de la Culture — TF1 -51 %, M6 -60 % sur 10 ans](#)

7.2 Quelques titres récents qui font vivre l'histoire de France

Les documentaires financés et diffusés par le Service Public de l'Audiovisuel ne sont pas anecdotiques : ils racontent la France, son histoire, son patrimoine, ses transformations. Ils régulièrement récompensés dans de nombreux festivals nationaux et internationaux. Quelques exemples récents à retenir :

Patrimoine et histoire nationale

- **Notre-Dame résurrection** de Xavier Lefebvre (France 2, déc. 2024) : documentaire de 120 minutes avec 350 heures d'images inédites et 30 entretiens, accompagnant le chantier de restauration de 2020 à 2024. Audience de première diffusion : environ 3 millions de téléspectateurs.
- **Notre histoire de France**, série réalisée par François Tribolet, Pauline Liétar, Claire Benhaïm, Jérôme Korkikian, Yannick Adam de Villiers, Ségolène Chaplin (France 5, 2024) : docu-fiction en 6 × 52 min couvrant 16 siècles d'histoire française, de la Gaule antique à la Renaissance.
- **Aux frontières de l'histoire, La France** (France 5, déc. 2024) : documentaire en 2 × 90 min sur la construction des frontières françaises de l'Antiquité à aujourd'hui, avec cartes 3D et reconstitutions spectaculaires.
- **Tour Eiffel, les défis d'un visionnaire** (France 5, 2023) de Pascal Cuissot : à l'occasion du centenaire de la disparition de Gustave Eiffel, retrace 30 ans d'innovations technologiques. Coproduction avec ZDF, NHK, PBS, Radio Canada.
- **Face à l'histoire : Léon Blum, une vie héroïque** de Philippe Collin et Florence Platarets (France 5, sept. 2024) : portrait documentaire d'une figure majeure de la République.

Sujets de société, enquête, portrait

- **Nous paysans : aux racines de la France** de Fabien Béziat et Agnès Poirier (France 2, fév. 2021) : plus d'un siècle d'histoire paysanne française, de la révolte des vignerons de 1907 aux agriculteurs bio d'aujourd'hui. **5 millions de Français devant ce programme**, meilleure audience pour un documentaire depuis 2018. Point de départ d'une trilogie sur les classes populaires françaises . [\[Audience\]](#) · [\[CNC\]](#)
- **Paysans, agriculteurs : la fracture de l'eau** de Christophe Nick et Mischa Nick (France 5, 2024) : malgré les pluies de 2024, les ressources en eau souterraines ont chuté de 14 % en 20 ans en France. Conflits d'usage de l'eau en zone rurale. [\(LIEN\)](#)
- **Amiante, nos écoles malades** de Martin Boudot et Mathilde Cusin (France 5, 2023) : un an de prélèvements dans des écoles françaises pour mesurer la contamination à l'amiante, 25 ans après son interdiction. Enquête remontant jusqu'à la plus grande mine d'amiante au monde, au Kazakhstan. [\(LIEN\)](#)
- **Dans les yeux d'Olivier** d'Agnès Jaoui et Karine Dusfour (France 2, depuis 2011, plus de 15 ans à l'antenne) : collection de portraits hebdomadaires en deuxième partie de soirée, 90 minutes, sur des anonymes dans leur quotidien — violences conjugales, maladies mentales, agriculteurs en crise. Aucune chaîne privée gratuite ne maintient une telle case hebdomadaire de portraits sociaux depuis 15 ans. [\(Wikipedia\)](#)
- **Le temps des femmes** de Karine Dusfour (France 2) 2025 [\(LIEN\)](#)
- **L'affaire d'Outreau** d'Agnès Pizzini et Olivier Ayache-Vidal (**France 2**) 2024 [\(LIEN\)](#)

7.3 Fiction française : France TV premier financeur en clair du cinéma

France Télévisions est le premier financeur en clair du cinéma français avec environ 80 M€ par an. Il est également le premier contributeur global à la création audiovisuelle : **492,8 M€ en 2023, soit 31,7 % des dépenses totales du secteur selon l'Arcom 2024.**

Les séries emblématiques du service public, *Un si grand soleil*, *Plus belle la vie* (1750 épisodes de 2004 à 2022), *Candice Renoir*, *Le Code*, *Meurtres en...*, *Les Innocents*, etc. constituent un patrimoine télévisuel français que les plateformes étrangères n'auraient jamais produit avec la même profondeur de casting, de scénario et d'ancrage territorial.

À cela s'ajoute la politique audacieuse d'Arte : *Baron noir*, *En thérapie*, *Mafiosa*, *Parlement*, ...autant de productions qui ont haussé le niveau de la fiction française et lui ont ouvert des marchés internationaux.

Sources : [Arcom — L'audiovisuel public en France \(chiffres 2024\)](#) · [France Télévisions — Rapport annuel 2024](#)

7.4 L'empreinte socio-économique de France Télévisions : plus de 60 000 emplois

L'étude d'impact socio-économique réalisée pour France Télévisions par Utopies (2021) chiffre précisément la contribution du groupe à l'économie française :

FRANCE TV — EMPREINTE SOCIO-ÉCONOMIQUE

- Contribution au PIB : 4,4 Md€ – soit 1,7 fois la dotation publique reçue.
- 62 000 emplois directs et indirects soutenus sur le territoire français.
- 1,7 Md€ d'achats en France en 2024.
- Plus de 380 secteurs d'activité touchés : comédiens, techniciens, auteurs, studios, restauration, hôtellerie, transports, services numériques...
- Effet multiplicateur : 1 € public = 6 € produits dans l'économie.

Sources : [Étude Utopies — Empreinte socio-économique de France Télévisions](#) · [Livre blanc LaFA 2025](#)

CONTRE-ENQUÊTE : LES 4 MILLIARDS RAPPORTENT 24 MILLIARDS

Avec un effet multiplicateur de 6 (1 € investi dans la production audiovisuelle générerait environ 6 € de chiffre d'affaires dans l'économie) documenté par [le Livre blanc de LaFA 2025](#), les 4 milliards de dotation publique du Service Public de l'Audiovisuel génèrent environ 24 milliards d'euros d'activité économique. Tous les emplois des techniciens, comédiens, scénaristes, studios, post-production, location de matériel, restauration de plateau — dépendent pour une part majeure des commandes du service public. La commission Alloncle n'a pas consacré une ligne à cet effet multiplicateur.

7.5 France TV sous-traite une partie de ses programmes parce que la loi lui impose de le faire, afin de nourrir l'écosystème de la création française.

Le milliard d'euros de production externe de France Télévisions : une obligation légale présentée comme un scandale

Charles-Henri Alloncle affirme que France Télévisions délègue à des sociétés privées un milliard d'euros par an de production et qualifie ce dispositif de « pré-privatisation ». Or cette externalisation n'est pas une dérive : elle est une obligation légale héritée de la loi Léotard de 1986, renforcée par les décrets Tasca de 2001-2002 et alignée sur la directive européenne SMA. L'objectif était justement d'éviter la concentration de production autour d'un seul diffuseur et de nourrir tout l'écosystème de la production.

Le tour de passe-passe rhétorique

Lors de ses interventions publiques, notamment dans L'Incorrect d'avril 2026 et sur l'antenne de CNews, Charles-Henri Alloncle accuse France Télévisions d'avoir organisé une forme de « privatisation déjà à l'œuvre ».

« Le cas de Mediawan est emblématique. C'est le tout premier bénéficiaire des contrats de France Télévisions, pour plus de 110 millions d'euros par an. Or ses fondateurs, comme Matthieu Pigasse ou Xavier Niel, ne cachent ni leurs orientations politiques, ni leurs engagements, et encore moins leur volonté d'utiliser les médias pour peser dans la bataille culturelle et politique. La question n'est pas de leur nier le droit d'avoir des opinions, mais de savoir pourquoi l'audiovisuel public continue d'ouvrir aussi largement le robinet à des groupes dont les dirigeants ont un agenda assumé, alors même qu'on prétend défendre la neutralité. D'une certaine manière, ceux qui s'alarment de la « privatisation » future de l'audiovisuel public oublient qu'une forme de privatisation est déjà à l'œuvre : un milliard d'euros de production de contenus par an, dont des centaines de millions d'euros confiés à des sociétés privées, parfois dirigées par des personnalités très engagées politiquement. »
(L'Incorrect, avril 2026)

La formule est percutante. Elle est surtout construite sur une omission majeure : l'externalisation de la production est une **obligation légale** imposée à tous les diffuseurs français par la loi depuis 1986, précisément pour éviter qu'un diffuseur — public ou privé — puisse concentrer entre ses mains à la fois la diffusion et la fabrication des programmes.

QUATRE CONSTATS IRRÉFUTABLES POUR ECLAIRER CE DEBAT

- L'externalisation de la production par France TV n'est pas un choix discrétionnaire : c'est une obligation légale fixée par la loi Léotard de 1986, les décrets Tasca, le cahier des charges (décret du 30 décembre 2025) et la directive européenne SMA.
- Le chiffre réel est de 850 M€ en 2026, en baisse de 15 % par rapport à 2017. Décomposé : ≈ 460 M€ de création patrimoniale (obligation légale), ≈ 390 M€ de flux non patrimonial (magazines, talks, divertissement, jeux, feuilletons), dont seulement 66,4 M€ de pur divertissement en 2023, en baisse de 28 % depuis 2017 grâce aux audits.
- La même obligation s'applique à TF1, M6, Canal+, Netflix, Disney+. France TV n'est donc pas « pré-privatisé » : il applique une règle qui structure tout le marché audiovisuel français depuis 40 ans.
- La vraie question, légitime, est celle de la concentration des producteurs privés (Mediawan, Banijay, Together Media). Mais cette concentration est un argument pour renforcer le service public, pas pour l'affaiblir : France TV est le premier financeur de la création française (32 % de la contribution totale, 460 M€ de création patrimoniale).

En somme : accuser France Télévisions de « pré-privatisation » parce qu'elle respecte le cahier des charges publié par le gouvernement au Journal officiel relève d'un renversement rhétorique. La seule privatisation concrètement envisageable resterait celle, vraie cette fois, qui verrait la dotation publique reversée aux groupes privés — soit exactement le scénario américain documenté dans le chapitre précédent.

Faire face à la montée en puissance des plateformes

Le débat public se focalise ainsi sur une lecture partielle de cette externalisation, en confondant plusieurs réalités. Les grands groupes de production cités, comme Mediawan ou Banijay – sont juridiquement indépendants au sens de la loi, puisqu'ils ne sont pas détenus par les diffuseurs.

Leur montée en puissance s'explique moins par une stratégie de France Télévisions que par un mouvement global de concentration du secteur, en réponse à la concurrence des plateformes comme Netflix ou YouTube. Les producteurs se concentrent afin d'avoir une meilleure force de négociation avec Netflix, Amazon Prime, Disney+ notamment.

Le véritable enjeu n'est donc pas une hypothétique « pré-privatisation » du service public, mais la structuration oligopolistique du marché de la production indépendante, qui concentre une part croissante des commandes sur quelques grands acteurs. Et plus généralement, la force des nouveaux oligopoles américains dans ce paysage audiovisuel complètement redessiné depuis les années 2010.

Qualifier cette situation de « pré-privatisation » relève où d'une grande mauvaise foi ou de l'ignorance de l'histoire de l'audiovisuel public et de son développement.

Par ailleurs Le service public conserve l'intégralité de ses attributs fondamentaux : France Télévisions reste détenu à 100 % par l'État, contrôle ses lignes éditoriales,

décide de ses investissements et diffuse les programmes sous ses propres marques. L'externalisation concerne uniquement la fabrication des contenus, non leur gouvernance, ni leur propriété stratégique. Le système français doit plutôt être compris comme un modèle hybride : un diffuseur public puissant qui finance et structure un écosystème de production indépendant.

Dans cette architecture, le groupe public joue un rôle central, puisqu'il demeure le premier financeur de la création audiovisuelle française. Le débat légitime porte donc moins sur l'existence de l'externalisation – qui est imposée et largement encadrée – que sur ses modalités concrètes, notamment dans les programmes de flux et la régulation de la concentration des producteurs privés.

Voir en Annexe, la fiche détaille sur ce sujet très important

Chapitre 8 ↘

— Jeunesse : un espace sûr,
sans pub, sans profilage
des enfants

LE PRINCIPE FONDATEUR

Aucun enfant ne devrait dépendre du portefeuille de ses parents pour accéder à des contenus éducatifs et culturels de qualité. Dans un marché où Netflix Enfants, Disney+ et YouTube Kids conditionnent l'accès à un abonnement mensuel ou à l'exposition publicitaire ciblée, la plateforme Okoo, la chaîne France 4 et les podcasts de Radio France constituent la seule offre nationale gratuite, sans publicité, liée à la création française.

8.1 Okoo / France 4 : 3,3 millions d'enfants chaque mois

OKOO / FRANCE 4 — LA JEUNESSE DU SERVICE PUBLIC EN CHIFFRES

- 3,3 millions d'enfants (4-14 ans) touchés chaque mois, linéaire + numérique.
- 44 millions de vidéos vues par mois sur la plateforme numérique.
- France 4 est devenue, depuis septembre 2025, 2^e chaîne nationale sur les 4-10 ans avec 15,1 % de PDA (+4,6 points vs 2024).
- Catalogue : plus de 8 000 titres.
- Note de satisfaction parents : 8/10 (étude Harris Interactive).
- Diffusion TNT sur France 4 de 6h à 21h tous les jours, sans publicité pendant les programmes jeunesse.
- Aucun profilage des enfants, aucune donnée personnelle collectée, environnement sécurisé.

Source : [France TV Pro — Bilan Okoo 2025](#)

8.2 Radio France : 120 millions d'écoutes de podcasts jeunesse

Radio France a développé une offre de podcasts jeunesse sans équivalent dans le paysage audiovisuel européen :

RADIO FRANCE JEUNESSE — L'ÉDUCATION PAR L'AUDIO

- Autour de 120 millions d'écoutes cumulées (Oli, Toudou, Bestioles, Les Odyssées).
- Les Odyssées seules : 36 millions d'écoutes depuis mai 2019.
- Plus de 3 500 épisodes jeunesse publiés, 20 collections
- Mon petit France Inter: webradio entièrement dédiée aux enfants, lancée en octobre 2025 — deviendra chaîne DAB+ à la rentrée 2026.
- Sans écran, sans publicité, sans algorithme d'engagement, un contre-modèle délibéré aux Shorts, Reels et TikTok.

Sources : [Radio France — Mon petit France Inter](#) · [La Lettre Pro \(2025\) — Podcasts jeunesse Radio France](#)

8.3 Lumni : la plateforme éducative publique

Lumni, plateforme éducative de France Télévisions, propose des contenus pédagogiques couvrant l'ensemble du programme scolaire, de la maternelle à la terminale. Élaborée en partenariat direct avec l'Éducation nationale, elle est librement accessible aux élèves et enseignants, sans inscription, sans publicité, sans collecte de données.

C'est un service que YouTube ne peut structurellement pas fournir : ses algorithmes interdisent la monétisation des contenus destinés aux enfants de moins de 13 ans (réglementation COPPA aux États-Unis, RGPD en Europe). **Pas de marché commercial, pas d'offre.** C'est précisément ce que le service public couvre, et qui justifie son existence.

Source : [Lumni – France Télévisions / Éducation nationale](#)

8.4 Service public vs offres privées – le comparatif sans appel

Offre	Coût famille/an	Publicité / Profilage	Contenus français originaux
Okoo / France 4 + podcasts Radio France	0 €	AUCUNE, AUCUN	Majoritaires
Netflix Enfants + Disney+	~ 120-145 €/an	Pub entrée de gamme + profilage	Minoritaires
Gulli (M6 Group)	« Gratuit » (financé pub)	Pub ciblée enfants, pas de contrôle parental éditorial	Minoritaires
YouTube Kids	« Gratuit » (pub + data)	Pub + profilage + collecte de données des mineurs	Aucune production originale française

Le service public est le seul diffuseur à offrir aux 4-14 ans un environnement sans publicité, sans profilage, et avec des contenus français originaux majoritaires.

Les familles qui n'ont pas les moyens de payer plusieurs abonnements de streaming, celles des quartiers populaires, des zones rurales, des foyers monoparentaux, sont précisément les premières bénéficiaires de ce que finance le contribuable, 57 euros par an et par foyer, pour une offre qui coûte, ailleurs, plus de deux fois ce montant.

8.5 Des programmes emblématiques qui marquent les générations

- ***C'est toujours pas sorcier*** (France 4 et Okoo) : héritage direct de *C'est pas sorcier* (France 3, 1993–2014, 559 épisodes), multiprimé : 7 d'Or meilleure émission éducative (1999) et jeunesse (2001), doctorats honoris causa (Université de Mons, 2011), trois astéroïdes nommés, en l'honneur des animateurs. Disponible gratuitement sur YouTube officiel et sur tube-cycle-2.apps.education.fr (Ministère de l'Éducation nationale).
- ***ASKIP, le collègue se la raconte*** (Okoo) : 42 millions de vues cumulées, depuis 2020, série adolescente qui traite avec finesse des enjeux de la vie au collège.
- ***À l'école des pompiers, La cour des grands*** (France 4, Okoo) : 4,9 millions de vues, productions françaises originales à hauteur d'enfants.

CONTRE-ENQUÊTE : SUPPRIMER FRANCE 4, C'EST SUPPRIMER L'ENFANCE SANS PUB

La suppression annoncée puis retirée de France 4 en 2020 avait déclenché une levée de boucliers sans précédent dans le monde éducatif et associatif. Le rapporteur Charles Alloncle, en questionnant à nouveau l'existence de certaines chaînes, menace directement cette offre unique en Europe. C'est le modèle même de l'enfance numérique publique, gratuite, sûre, non commerciale, qui est en jeu.

Chapitre 9 ↘

— L'information
locale : France 3, ICI,
les outre-mer / le seul
récit des territoires

9.1 France 3 et France Bleu/Ici : un maillage sans équivalent privé

France 3 est la seule chaîne de télévision à proposer une information locale sur l'ensemble du territoire français. Ses 24 antennes régionales couvrent les élections locales, les faits divers, les problématiques agricoles, les enjeux environnementaux spécifiques à chaque région, les cultures locales, les langues régionales. Le groupe représente 4 700 salariés en régions répartis dans 101 implantations locales.

Le réseau France Bleu, rebaptisé **Ici** en janvier 2025, compte 44 stations locales. **Il est le seul réseau radio à couvrir l'ensemble du territoire français avec une information de proximité.** Radio France diffuse plus de 5 000 heures de programmes en langues régionales (breton, corse, basque, occitan, alsacien, picard, gallo...) sur le réseau Ici, et France Télévisions propose près de 500 heures annuelles sur les antennes régionales de France 3.

L'INFORMATION LOCALE DU SERVICE PUBLIC — LES CHIFFRES 2025

- 4,6 millions de Français regardent chaque jour à la télévision l'information régionale de France 3.
- 1,2 milliard de vidéos vues en 2025 sur le numérique Ici, record historique.
- 12 heures de programmes locaux par jour sur chacune des 44 stations du réseau Ici.
- 5 000 heures/an de programmes en langues régionales à la radio (Ici).
- 500 heures/an de programmes en langues régionales sur les antennes régionales de France 3.
- 23 % du budget de France Télévisions est consacré aux programmes locaux, sans souci de rentabilité.

Sources : [France TV Pro — Bilan régions 2025](#) · [Arcom — L'audiovisuel public en France](#) · [France Télévisions — Notre budget](#)

9.2 Les outre-mer : une présence constitutive de la République

Les territoires ultramarins sont couverts par le pôle **La 1ère** de France Télévisions, qui regroupe 9 télévisions et 9 radios locales (Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte, Réunion, Nouvelle-Calédonie, Polynésie française, Wallis-et-Futuna, Saint-Pierre-et-Miquelon). Cette présence n'est pas seulement médiatique : elle est républicaine.

Elle garantit que les habitants des outre-mer disposent d'une information audiovisuelle de qualité dans le cadre national, avec des journalistes formés aux standards du service public. Elle garantit aussi aux Français métropolitains un accès à la vie, à la culture, aux enjeux de territoires trop souvent invisibilisés dans les grands médias privés.

Aucun acteur privé commercial ne pourrait assumer cette présence à coût égal. La rentabilité publicitaire des marchés ultramarins est structurellement insuffisante pour justifier des rédactions permanentes, des studios de production et des capacités techniques sur chacun des neuf territoires. C'est une mission de souveraineté qu'aucun opérateur commercial ne couvrirait en cas de privatisation.

9.3 L'échec documenté des tentatives privées dans l'information locale

La démonstration a déjà été faite, à de multiples reprises, sur le terrain : **l'information locale n'est pas un marché rentable**. Toutes les tentatives privées ont soit échoué, soit été drastiquement réduites :

- **BFM Régions** : lancé avec ambition, le réseau de chaînes régionales de BFM (BFM Paris, BFM Lyon, BFM Marseille, BFM Lille, etc.) a dû réduire drastiquement ses ambitions de rédactions locales. Les équipes sont devenues squelettiques par rapport aux périmètres théoriques initialement annoncés.
- **M6 Régions**: M6 a depuis longtemps renoncé à toute véritable information locale.
- **TF1 Local** : inexistant.
- **Chaînes locales TNT privées**: la plupart de celles qui ont tenté l'aventure ont fait faillite, été rachetées à bas prix, ou ont drastiquement réduit leurs formats d'information.

La raison est simple et documentée : l'information locale ne génère pas de revenus publicitaires suffisants pour justifier des rédactions permanentes. C'est la définition même d'un bien public qui justifie une prise en charge collective.

CONTRE-ENQUÊTE : SANS FRANCE 3 ET ICI, CRÉER UN DÉSERT MÉDIATIQUE EN FRANCE

BFM Paris a fermé. M6 régional a fermé. Les chaînes privées locales qui ont tenté l'aventure ont renoncé. Si France 3 ou le réseau Ici disparaissaient, des pans entiers du territoire français cesseraient d'être racontés. Les inondations dans le Pas-de-Calais, les grèves des viticulteurs en Occitanie, les élections municipales dans les villes moyennes, le quotidien des Corses, des Bretons, des Ultra-marins, tout cela disparaîtrait des écrans nationaux.

Un quart du budget de France Télévisions est consacré aux programmes locaux, sans souci de rentabilité, avec une seule exigence : offrir à tous les Français, où qu'ils vivent, un programme sur leur région.

Source : [France Télévisions – Transparence budgétaire](#)

Chapitre 10 ↘

— L'investigation de service public : un contre-pouvoir sans équivalent

LA SINGULARITÉ DU SERVICE PUBLIC EN INVESTIGATION

Aucune radio privée française ne finance une cellule d'investigation permanente structurée. Aucune chaîne de télévision privée gratuite ne produit une émission d'investigation hebdomadaire à impact sociétal comparable. Supprimer le Service Public de l'Audiovisuel, c'est supprimer la quasi-totalité du journalisme d'investigation audiovisuel français (32 des 36 prix Albert Londres audiovisuels décernés depuis 1989 ont été produits et/ou diffusés par le service public)

10.1 Une singularité radiophonique : Radio France seule à investiguer

Il n'existe aucune cellule d'investigation comparable dans les radios privées françaises. RTL, RMC, Europe 1 (désormais propriété de Vincent Bolloré) ne disposent pas d'équipes d'investigation structurées. **Seule Radio France finance une cellule d'investigation permanente**, dotée de 12 journalistes, dont les travaux se traduisent par des enquêtes de plusieurs mois sur des sujets d'intérêt général.

Cette cellule couvre des sujets d'intérêt public transversaux : santé publique, sécurité, politique, sport, diplomatie, culture, environnement. Son émission phare, **Révélation**s (premier vendredi du mois), est relayée par des formats plus courts sur France Inter, puis des articles web, des vidéos courtes et des podcasts natifs, un dispositif multi-support qu'aucune concurrence privée ne peut égaler.

Des enquêtes à impact mesurable

La cellule d'investigation de Radio France a produit ces dernières années des enquêtes dont les effets sont observables et vérifiables :

- **PFAS dans l'eau du robinet** : enquête d'alerte nationale utilisant le réseau France Bleu/Ici, avec éléments décisifs ajoutés à la connaissance publique du sujet. Forte mobilisation de l'opinion et débat parlementaire.
- **Eaux en bouteille (Perrier, Nestlé Waters)**: révélations sur des filtrations non conformes avec aval politique, malgré la législation en vigueur. Suivi continu par la journaliste Marie Dupin.
- **Airbags Takata** (janvier 2025) : enquête d'Anne-Laure Barral déclenchant des rappels massifs impliquant plusieurs constructeurs automobiles, dont Stellantis.
- **Harcèlement à Air France** (février 2025) : révélations MeToo entraînant la convocation de la direction au ministère des Transports.
- **Fraudes dans des établissements médicaux** : mise au jour d'un système structuré de détournement de l'Assurance maladie, avec impact sur les autorités de contrôle.
- **TikTok et les mineurs** : mise au jour de boucles algorithmiques de contenus sensibles pour les adolescents. Quelques semaines plus tard, signalement article 40 du ministre de l'Éducation nationale sur des constats similaires.
- **Fraudes affectives visant des femmes agricultrices**: arrestation de l'escroc documenté après la diffusion de l'enquête.

Ces impacts, rappels industriels, convocations ministérielles, arrestations, débats parlementaires, constituent la preuve concrète de la valeur du journalisme d'investigation de service public.

10.2 Cash Investigation : un journalisme qui fait bouger les lignes

L'émission *Cash Investigation*, diffusée sur France 2 et produite par Élise Lucet, illustre depuis 2012 le journalisme d'investigation télévisée. Ses enquêtes ont régulièrement provoqué des décisions politiques, des rappels de produits industriels, des changements législatifs, et des procès qui ont fait jurisprudence.

L'enquête sur les activités périscolaires à Paris, diffusée en 2025, illustre parfaitement cette puissance d'impact. Elle a provoqué une émotion nationale et conduit la Mairie de Paris à prendre des mesures concrètes sur l'organisation de ses services périscolaires. La lettre de l'avocat de Cash Investigation, publiée sur le compte X (Twitter) officiel de l'émission, décrit avec précision la démarche journalistique, les pressions juridiques subies, et l'impact concret sur les politiques publiques.

Source : [Cash Investigation – Lettre de l'avocat \(enquête périscolaire\)](#)

Quelques enquêtes marquantes de Cash Investigation

- **Activités périscolaires (2025)** : conditions de travail, sécurité des enfants, impact sur l'organisation municipale parisienne.
- **Pesticides et santé des agriculteurs** : alerte sanitaire relayée jusqu'au niveau européen.
- **Scandale des implants mammaires PIP** : relais médiatique qui a contribué à la mise en cause pénale des dirigeants.
- **Amiante** : suivi sur plusieurs années, pression sur les acteurs industriels.
- **Conditions de travail chez Lidl, H&M, dans les fast-foods** : documentation sociale sans équivalent sur les chaînes privées.
- **Lobbying agro-alimentaire** : cartographie des influences auprès des institutions publiques.

10.3 Complément d'enquête : la dimension internationale

L'émission Complément d'enquête, diffusée sur France 2 depuis 2007, apporte, elle aussi, une dimension complémentaire essentielle : le grand reportage international et l'investigation de long format (60 à 90 minutes). Elle participe à des consortiums internationaux de référence, Pegasus Project, Panama Papers, Paradise Papers, Forbidden Stories, ICIJ, et couvre des sujets que les médias commerciaux, soumis à la pression économique, ne traitent pas.

En mai 2025, une enquête sur la traque d'opposants chinois en France a directement interpellé les pouvoirs publics français et conduit à des convocations diplomatiques. Ces sujets, (ingérences étrangères, surveillance d'État, droits fondamentaux...) nécessitent du temps, des ressources et une indépendance éditoriale que seul le service public peut garantir.

10.4 Les écarts de puissance avec les concurrents privés

Comparons les dispositifs d'investigation audiovisuels :

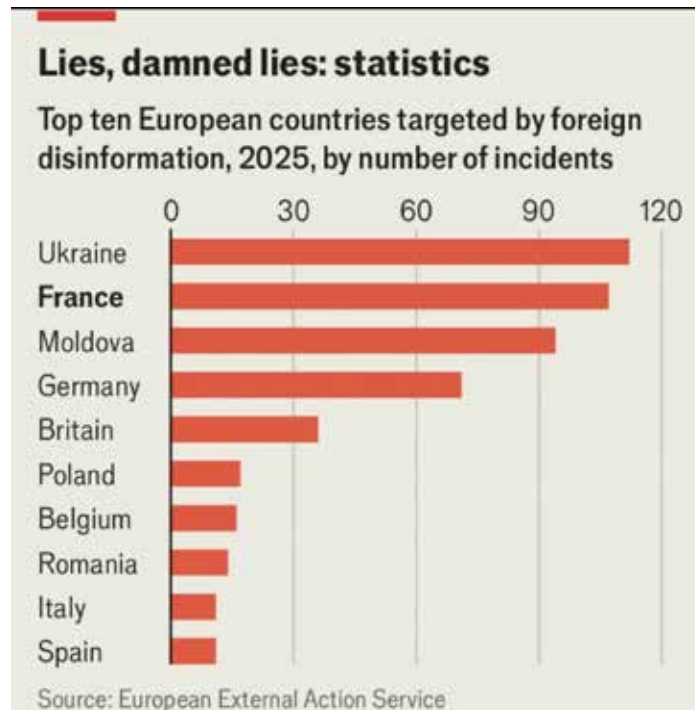
Média	Cellule investigation	Émission hebdo/ mensuelle	Impact sociétal documenté
Radio France (public)	12 journalistes permanents	Révélations (mensuel)	Très élevé (PFAS, Takata, Nestlé...)
France Télévisions (public)	Deux rédactions (Cash + Complément)	Cash Investigation + Complément d'enquête	Très élevé (Panama, Paradise, Pegasus)
Arte (public)	Partenariats europ.	Thema, Arte Reportage	Élevé
TF1 / TMC / LCI (privé)	Non structurée	Sept à Huit (magazine, pas investigation pure)	Variable
M6 (privé)	Non structurée	Capital, Zone interdite (format société, pas investigation)	Variable
RTL, RMC, Europe 1 (privé)	AUCUNE	AUCUNE émission dédiée	Nulle
Cnews, BFM (privé)	Non structurée	Talk-shows, pas d'enquêtes longues	Faible

Chapitre 11 ▾

— Gravité 1 — La guerre informationnelle : La France en première ligne

LA MENACE EN UNE PHRASE

La France est le deuxième pays européen le plus ciblé par la désinformation étrangère, derrière l'Ukraine, et devant l'Allemagne, la Pologne, le Royaume-Uni, la Roumanie, la Belgique, l'Italie et l'Espagne réunis. Affaiblir le Service Public de l'Audiovisuel dans ce contexte, c'est désarmer la France face à ses adversaires russes, chinois, azerbaïdjanais. C'est une faute stratégique grave et une atteinte à la Défense nationale.



11.1 La France, cible prioritaire documentée par l'État

VIGINUM, le service de vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères, créé par décret du 13 juillet 2021 et rattaché au Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale (SGDSN), documente publiquement l'intensité des opérations d'ingérence informationnelle visant la France. Son activité opérationnelle détecte entre 250 et 300 phénomènes d'ingérence par an, dont plusieurs dizaines sont caractérisées comme des Opérations d'Ingérence Numérique Étrangère (OINE).

Exemples d'opérations caractérisées par VIGINUM

- **Portal Kombat** : réseau de « portails d'information » numériques diffusant des contenus prorusses, couvrant positivement l'invasion russe en Ukraine et dénigrant les autorités ukrainiennes, pour influencer l'opinion publique française.
- **Matriochka** : campagne de manipulation prorusse ciblant les médias et la communauté des vérificateurs de faits (fact-checkers) français.
- **UN-notorious BIG** : organisme de propagande d'État basé en Azerbaïdjan, tentant de remettre en cause la souveraineté française dans les DOM-COM et en Corse.
- **Ingérences liées à l'élection présidentielle roumaine de 2024 sur TikTok**: analyse publiée par VIGINUM en février 2025, évaluant explicitement les risques de transposition à la France en vue des municipales 2026 et de la présidentielle 2027.

Sources : [Ministère des Armées — VIGINUM, le rempart contre les ingérences numériques étrangères](#) · [Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères — Rapport VIGINUM \(5 fév. 2025\)](#) · [VIGINUM Synthèse de la menace informationnelle JOP Paris 2024](#)

11.2 Un rapport parlementaire unanime : il faut renforcer, pas affaiblir

Le 4 juillet 2025, les députées Marie Récalde (socialiste) et Natalia Pouzyreff (macroniste) ont remis à l'Assemblée nationale un rapport d'information parlementaire bipartisan sur les ingérences étrangères (**L'opérationnalisation de la nouvelle fonction stratégique influence**). Leur diagnostic est sans ambiguïté.

Lors de la présentation de leur rapport devant la Commission de la défense nationale de l'Assemblée, le 3 juillet 2025, les rapporteurs ont expliqué que la désinformation étrangère ne cherche pas toujours à convaincre directement les citoyens, mais à « *instiller le doute généralisé pour discréditer les démocraties libérales* » (propos rapportés par Franceinfo, 4 juillet 2025).

Source : [Assemblée nationale — Rapport d'information n° 1661 \(2 juillet 2025\)](#)

Source : [Franceinfo — Ingérences étrangères, un rapport parlementaire recommande d'adopter une stratégie nationale d'influence](#)

Le rapport formule une trentaine de recommandations, dont le renforcement des effectifs de VIGINUM et des services du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et du ministère des Armées, et la mise en place d'une stratégie nationale d'influence en vue des municipales 2026 et de la présidentielle 2027. Aucune de ces recommandations n'est compatible avec un affaiblissement du Service Public Audiovisuel.

Source : [Franceinfo — Rapport parlementaire sur les ingérences étrangères](#)

11. 3 France Médias Monde : l'arme diplomatique informationnelle de la France

RFI, France 24 et MCD (Monte Carlo Doualiya) constituent le bras informationnel international de la France. Leur mission n'est pas commerciale : elle est géopolitique.

FRANCE MÉDIAS MONDE — ORDRES DE GRANDEUR STRATÉGIQUES

- 254 millions d'auditeurs par semaine dans le monde.
- 5 continents, 21 langues.
- Budget 2025 : 304,2 M€.
- À titre de comparaison : BBC World Service = 412 M€, Deutsche Welle = 408 M€ La France sous-finance son audiovisuel extérieur d'environ 100 M€/an par rapport à ses homologues européens directs.

Sources : [PLF 2025 / Sénat — Budget FMM](#) · [Public Sénat — Audition PDG FMM, guerre informationnelle](#) · [FMM — Stop Infox / France 24](#)

RFI et France 24 : cibles prioritaires car efficaces

RFI et France 24 ont été bannies de plusieurs pays ces dernières années : Russie, Mali, Burkina Faso, Niger. Ces bannissements ne sont pas dus à un manque de qualité ou à un mauvais modèle économique : ils sont la preuve directe de leur indépendance éditoriale. Les régimes autoritaires ne bannissent pas les médias complaisants. Ils bannissent les médias qui disent la vérité. Les bannissements de RFI et France 24 sont des certificats d'indépendance.

En mai 2025, Reporters Sans Frontières (RSF) a documenté plusieurs opérations de désinformation utilisant des *deepfakes* de voix de journalistes de France 24 et RFI, pour fabriquer de fausses émissions au Cameroun, en République démocratique du Congo et au Sénégal. Ces attaques sophistiquées illustrent la valeur stratégique de la crédibilité des médias publics : les adversaires cherchent à l’usurper précisément parce que ces marques inspirent confiance et font référence.

Source : [RSF – RFI et France 24 victimes d’usurpation d’identité assistée par IA \(mai 2025\)](#)

11.4 Le consensus sénatorial : le « désarmement informationnel » doit cesser

Le sénateur Roger Karoutchi (LR) a dénoncé avec force, lors du débat sur le PLF 2025, le « **désarmement informationnel** » engagé par l’évolution budgétaire : « **Nos compétiteurs augmentent chaque année les moyens de leurs propres médias internationaux.** » Un amendement bipartisan transférant 5 M€ vers France Médias Monde a été adopté à l’unanimité en commission, une preuve rare d’unité politique sur un sujet stratégique.

Dans l’exposé des motifs de l’amendement II-245 (Sénat, PLF 2024-2025), les rapporteurs écrivent :

« Les rapporteurs considèrent qu’il est essentiel de sanctuariser l’effort de « réarmement informationnel » comme le Gouvernement a su sanctuariser la LPM 2024-2030. Ils souhaitent qu’un choix fort soit réalisé en faveur de l’audiovisuel extérieur en modifiant la répartition des moyens au sein de l’audiovisuel public au motif notamment que l’offre de programmes de qualité n’a jamais été aussi importante au niveau national.

[Amendement bipartisan, Sénat PLF 2024-2025](#)

Sources : [Public Sénat – FMM, baisse des crédits dans un contexte de guerre informationnelle](#) · [Sénat – Amendement II-245 \(PLF 2024-2025\)](#)

11.5 L’Agence Radio France : le modèle français de certification de l’information

En 2022, Radio France a créé **l’Agence Radio France, cellule interne de certification de l’information dont le travail est désormais partagé avec France Télévisions**. Cette cellule vérifie en amont les informations ayant vocation à être diffusées sur toutes les antennes publiques, un dispositif de défense active contre la désinformation dont aucun groupe privé français n’est équipé à un niveau comparable.

Résultat tangible : depuis la rentrée 2024, les audiences de Franceinfo radio ont dépassé celles de RTL, une première historique. Cette performance est le signe que, dans un contexte de défiance généralisée vis-à-vis des médias, les Français font confiance à l’information vérifiée du service public.

Source : [Médiamétrie – L’audience de la radio en France Nov-Déc 2025](#)

11.6 L'obligation légale d'impartialité : une singularité du service public

Dans un paysage médiatique où Cnews a été sanctionnée à plusieurs reprises par l'Arcom pour manquements au pluralisme, le Service Public de l'Audiovisuel est le seul ensemble de médias soumis à une obligation légale stricte d'impartialité et de pluralisme (loi du 30 septembre 1986, article 3-1 ; décret n° 2009-796, article 2 ; cahier des charges art. 35).

Le Parlement européen a réaffirmé, en 2025, dans son règlement sur la liberté des médias, l'indispensable « *protection des sources journalistiques et l'indépendance des fournisseurs de médias de service public* ». Dans un contexte de « guerre de l'information », le Service Public de l'Audiovisuel est le seul service qui garantit, par obligation légale, impartialité et pluralisme.

Source : [Legifrance — Décret n° 2009-796 \(cahier des charges France Télévisions\)](#)

CONTRE-ENQUÊTE : UNE FAUTE STRATÉGIQUE MAJEURE

À l'heure où la France est le pays le plus attaqué d'Europe après l'Ukraine, où VIGINUM documente 250 à 300 opérations d'ingérence par an, où RSF recense des deepfakes de voix de journalistes de RFI et France 24, où le Sénat affirme lutter unanimement contre le « désarmement informationnel », où un rapport parlementaire bipartisan demande le renforcement des moyens de VIGINUM et de l'audiovisuel public international, le rapporteur Alloncle jette le discrédit sur le Service Public de l'Audiovisuel.

C'est une faute stratégique grave. Un pays qui affaiblit ses médias publics en période de guerre hybride se désarme volontairement face à ses adversaires.

Chapitre 12 ↘

— Gravité 2 / La guerre de l'attention: formats longs contre économie du scroll

LE SUJET QUE LA COMMISSION N'A PAS VOULU VOIR

Le vrai combat n'oppose pas France 2 à TF1. Il oppose l'ensemble des médias français, publics et privés confondus, aux GAFAM qui captent 14 fois plus de recettes publicitaires que tout le Service Public de l'Audiovisuel réuni. Attaquer le service public dans cette guerre est suicidaire.

12.1 De Le Lay à Zuckerberg : une même logique, une puissance qualitativement différente

En 2004, Patrick Le Lay, alors PDG de TF1, résumait avec une brutalité remarquée, le modèle économique de toute télévision commerciale :

« Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision. Mais dans une perspective business, soyons réaliste : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit. Or pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. » – Patrick Le Lay, PDG de TF1, Les Dirigeants face au changement, Éditions du Huitième jour, 2004

Ce que Le Lay décrivait en 2004 comme une logique commerciale normale est devenu, avec les plateformes numériques, **un système d'ingénierie comportementale de masse** opérant à une échelle sans précédent. La différence n'est pas de degré : elle est de nature.

Trois ruptures qualitatives distinguent les plateformes de la télévision commerciale

- **Le ciblage individuel en temps réel.** TF1 vendait du « temps de cerveau disponible » à l'échelle d'une audience homogène. Meta et Google vendent de l'attention individualisée, profilée, nourrie de milliards de points de données comportementales, optimisée par des algorithmes conçus pour maximiser l'engagement, c'est-à-dire le temps passé sur la plateforme.
- **La boucle de rétroaction continue.** La télévision linéaire diffusait un signal pour tous. Les plateformes ajustent leur contenu en temps réel pour chacun, sur la base de nos réactions immédiates. C'est la différence entre un orateur qui fait un discours et un vendeur qui adapte son discours à chaque micro-expression de son interlocuteur.
- **La conception addictogène délibérée.** Tristan Harris, ancien *design ethicist* de Google et fondateur du Center for Humane Technology, a documenté que **les plateformes ont délibérément intégré des mécanismes inspirés des machines à sous** (récompenses variables, scroll infini, notifications) pour maximiser la dépendance. Ce n'est pas une externalité : c'est le produit.

Source: [l'article fondateur de Tristan Harris sur Medium, « How Technology is Hijacking Your Mind »](#)

12.2 Le rapport de forces publicitaire : 14 fois plus pour les GAFAM

Le tableau suivant, à rapprocher de celui présenté au chapitre II, montre la réalité du marché publicitaire français — et l'absurdité d'attaquer le Service Public de l'Audiovisuel dans ce contexte :

Acteur publicitaire France 2024	Recettes publicitaires	Comparatif
France Télévisions (service public)	451 M€	1 x
Radio France (service public)	66,5 M€	0,13 x
TOTAL audiovisuel public	~ 517,5 M€	1,13 x
Google + Meta + Amazon (GAFAM, France)	~ 7 790 M€	x 14

Les plateformes américaines captent, sur le seul marché français, 14 fois les recettes publicitaires de l'ensemble de l'audiovisuel public. Le débat sur les 4 milliards de l'audiovisuel public devrait être mis en regard de **ces 8 milliards que prélèvent les GAFAM chaque année sur l'économie publicitaire française, sans aucune obligation de service public, sans quota de production française, sans information locale, sans accessibilité universelle.**

Le marché publicitaire TV en recul structurel

Selon le Baromètre Unifié du Marché Publicitaire (BUMP, mars 2026) :

- Médias traditionnels TV : - 8,1 % de recettes nettes en 2025.
- Presse : -6,4 %.
- Radio : -2,5 %.
- Plateformes numériques : +11 % — elles captent désormais 67 % du marché publicitaire global en France.

Le rapporteur Charles Alloncle accuse le service public de peser sur les recettes des chaînes privées. En réalité, la vraie menace pour TF1 et M6, ce n'est pas France 2 : c'est YouTube, Meta et TikTok. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle Rodolphe Belmer, PDG de TF1 et premier concurrent historique de France Télévisions, s'oppose publiquement à la privatisation :

« On a besoin de sécuriser et de stabiliser le Service Public Audiovisuel. Le rôle du service public est majeur. Il doit faire partie des intangibles qui font consensus dans le pays. Nous devons avoir en France un audiovisuel public bien financé. » / Rodolphe Belmer, PDG de TF1, audition commission d'enquête

Source : [Assemblée nationale — Compte rendu audition Rodolphe Belmer \(TF1\)](#)

12.3 Ce que dit la science : les écrans, l'attention et la santé mentale des jeunes

La bataille publicitaire n'est pas qu'économique : elle est sanitaire. Les données scientifiques sur l'impact des formats courts algorithmiques sur les jeunes sont désormais robustes :

- **Utilisation problématique en forte hausse** : une étude de l'OMS Europe (2022, publiée en septembre 2024) portant sur 280 000 jeunes de 44 pays montre que la proportion d'adolescents présentant une utilisation problématique des réseaux sociaux est passée de 7 % en 2018 à 11 % en 2022. Chez les filles, ce taux atteint 13 %.
- **Fragmentation de l'attention documentée** : l'ANSES (2024) documente que l'hyperstimulation constante des plateformes, vidéos courtes, notifications, multitâche, fragmente l'attention et rend plus difficile la concentration sur une tâche prolongée.
- **Liens avec la santé mentale** : Santé publique France note qu'entre 2017 et 2022, la proportion de jeunes de 18-24 ans concernés par la dépression est passée de 11,7 % à 20,8 %. Les passages aux urgences pour gestes suicidaires chez les 11-17 ans ont atteint un niveau record depuis 2021.
- **Modifications neurologiques** : des études en neuro-imagerie (He, Turel, Bechara, 2017 ; Turel et al., 2018) montrent qu'une utilisation problématique des médias sociaux est associée à une réduction de matière grise dans l'insula, zone liée au contrôle des impulsions, les mêmes circuits que les addictions.

La santé mentale des jeunes a été déclarée *Grande cause nationale* en France en 2025. Cette décision politique reconnaît implicitement l'ampleur de la crise. Ce que le rapporteur Alloncle n'a pas articulé, c'est **le rôle historique et actuel de l'audiovisuel public dans la production d'un environnement médiatique propice à la santé cognitive collective**.

12.4 La logique inverse du service public : « espaces de lenteur » et formats longs

Face à l'hyperstimulation des Reels, Shorts et TikTok, le Service Public de l'Audiovisuel produit délibérément des formats qui s'opposent à cette logique :

- Documentaires de 52 à 90 minutes, voire 120 (France 2, France 3, France 4, France 5, Arte).
- Émissions d'investigation de 2 heures (Cash Investigation, Complément d'enquête).
- Podcasts de 30 à 90 minutes (Les Odyssées, Affaires sensibles, Le Code a changé, Grand reportage).
- Retransmissions intégrales sans coupure des débats parlementaires (LCP), des cérémonies officielles, des opéras et concerts (Arte, France 3).
- Fictions à l'écriture exigeante, de 52 minutes à 6 × 90 minutes (Baron noir, En thérapie, Le Bureau des légendes, pour Arte/Canal+/FTV).

Ces contenus sont associés à des effets cognitifs inverses des formats courts algorithmiques : développement de l'empathie, exercice de la patience narrative, activation de la mémoire épisodique et du réseau du mode par défaut (rêverie, réflexivité, projection dans l'avenir). Le service public est une infrastructure de santé cognitive et démocratique — au même titre qu'une bibliothèque ou une école publique.

12.5 Perte de souveraineté économique et perte de souveraineté cognitive

Les 8 milliards d'euros captés chaque année par les GAFAM sur le marché publicitaire français constituent un **déficit commercial structurel**. Cet argent quitte l'économie française pour alimenter des entreprises domiciliées aux États-Unis, payant peu d'impôts en France grâce à des structures fiscales optimisées.

C'est une perte de souveraineté économique, doublée d'une perte de souveraineté cognitive : les Français passent de plus en plus de temps dans des environnements informationnels contrôlés par des algorithmes étrangers, qui n'ont aucune obligation de pluralisme, de vérification des faits, ou de service public. Un tiers des moins de 25 ans s'informent déjà principalement via TikTok.

CONTRE-ENQUÊTE : UN TRANSFERT DE SOUVERAINETÉ INSOUTENABLE

Alors que 67 % du marché publicitaire français est désormais capté par des plateformes étrangères, que la santé mentale des jeunes est Grande cause nationale, que la France est le deuxième pays européen le plus ciblé par la désinformation, le rapporteur Charles Alloncle n'a cessé d'affaiblir au cours de ses auditions le seul secteur qui ne relève ni de milliardaires français ni de plateformes américaines. Ce choix est géopolitiquement absurde, économiquement contre-productif, sanitaire dangereux. Il ne sert qu'un objectif : ouvrir l'espace médiatique aux grands groupes privés et aux GAFAM, au nom d'une prétendue rigueur budgétaire qui est elle-même démentie par l'effet multiplicateur du secteur (1 € public → 6 € produits).

Sources : [OMS Europe — Adolescents, écrans et santé mentale \(sept. 2024\)](#) · [ANSES — Usages des réseaux sociaux et santé des adolescents \(2024\)](#) · [Santé publique France — Santé mentale des jeunes \(oct. 2023\)](#)

Chapitre 13 ↘

— À qui profiterait
la privatisation, même
partielle du Service
Public de l'Audiovisuel?
La leçon des autoroutes

13.1 La leçon des autoroutes : la privatisation la plus dénoncée de la V^e République

En 2006, l'État français a privatisé les sociétés concessionnaires d'autoroutes pour 14,8 milliards d'euros. Vingt ans plus tard, le bilan est devenu un cas d'école, enseigné dans toutes les écoles d'économie publique :

PRIVATISATION DES AUTOROUTES — LE BILAN DOCUMENTÉ

- Prix de vente 2006 : 14,8 Md€ pour Vinci, Eiffage et Albertis.
- Dividendes versés aux actionnaires depuis 2006 : supérieurs au prix d'achat dès 2017.
- Projection totale des dividendes d'ici 2036 (fin des concessions) : environ 76 Md€ — soit, plus de 5 fois le prix de vente initial.
- Hausse des péages continue, supérieure à l'inflation sur la période 2006–2024.
- Cour des comptes (rapport 2013) : « L'État a sous-évalué le prix de cession. »
- Rapport sénatorial (2020) : « Les concessions autoroutières constituent une rente indue. »

Sources : [Cour des comptes — Les concessions d'autoroutes \(rapport 2013\)](#) · [Sénat — Rapport d'information sur les concessions autoroutières \(2020\)](#)

La privatisation des autoroutes est aujourd'hui unanimement considérée, y compris par des anciens ministres qui l'ont votée, comme la pire décision patrimoniale de l'État français de ces trente dernières années. Un actif public stratégique a été vendu pour beaucoup moins que sa valeur réelle, et les Français continuent de payer des péages de plus en plus élevés au profit d'actionnaires privés.

Cette leçon doit être méditée avant de considérer toute privatisation d'un autre actif public stratégique. Le Service Public de l'Audiovisuel, c'est 62 000 emplois soutenus, une contribution de 4,4 Md€ au PIB, un effet multiplicateur documenté de 6, une infrastructure technique, informationnelle, culturelle et éducative construite depuis 80 ans. Sa valeur réelle, patrimoniale, économique, démocratique, géopolitique, dépasse largement ce qu'on pourrait en tirer en le vendant à la découpe.

13.2 La concentration médiatique en France : déjà alarmante

Le rapport Cardon-Houzet de 2022 a documenté l'état de la concentration médiatique en France. Le constat est sans appel :

- **Neuf milliardaires français contrôlent plus de 80 % de la presse française** (Bouygues, Dassault, Arnault, Lagardère-Bolloré, Niel, Drahi, Pinault, Kretinsky, Saadé).
- Vincent Bolloré possède : Canal+, Cnews, C Star, Europe 1, Paris Match, Le Journal du Dimanche, Hachette Livre (regroupant entre autres les maisons d'édition Grasset, Fayard, Éditions Stock, Calmann-Lévy), ainsi que des entreprises du secteur de la diffusion (cinéma et livres) les salles de cinéma UGC et les commerces Relay en gares SNCF.
- Rodolphe Saadé / CMA CGM possède : La Provence, La Tribune, BFM TV, RMC.
- Bernard Arnault possède : Les Échos, Le Parisien, France Dimanche.

CONTRE-ENQUÊTE : LE DANGER RÉEL, C'EST LA CONCENTRATION

Le Service Public de l'Audiovisuel est aujourd'hui l'un des derniers grands ensembles médiatiques français qui n'appartient pas à un milliardaire à agenda politique personnel assumé. Le privatiser même partiellement, lui couper son financement, c'est remettre la dernière pièce indépendante du paysage audiovisuel français aux mains de la même poignée d'acteurs qui contrôlent déjà la presse écrite. C'est fragilisé un débat public équilibré, c'est assécher la diversité éditoriale, c'est réduire mécaniquement le pluralisme.

Chapitre 14 ↘

— Comparatif européen : La France sous-finance son service public

LE CHIFFRE QUI DÉMONTE LE RAPPORT ALLONCLE

Le Service Public de l'Audiovisuel français coûte 57 euros par an et par Français. En Allemagne, la redevance équivalente s'élève à 220 euros par an et par foyer, près de quatre fois plus. Pourtant, personne en Allemagne ne parle de gabegie. Pourquoi ?

14.1 Les grands services publics audiovisuels européens

Pays	Organisme(s)	Budget annuel	Par habitant/an
Allemagne	ARD + ZDF + Deutschlandradio + Arte (part)	~ 9-10 Md€	~ 120 €
Royaume-Uni	BBC (+ Channel 4 public)	~ 5 Md£ (~5,9 Md€)	~ 87 €
Italie	RAI (+ partenariats)	~ 2,8 Md€	~ 47 €
France	FTV + RF + FMM + Arte (part) + INA + LCP	~ 3,9 Md€	~ 57 €
Espagne	RTVE	~ 1,1 Md€	~ 23 €
Belgique francophone	RTBF	~ 350 M€	~ 73 €
Pays-Bas	NPO	~ 900 M€	~ 51 €
Suède	SVT + SR + UR	~ 950 M€	~ 89 €
Finlande	Yle	~ 500 M€	~ 90 €

Sources : [EBU — Funding of Public Service Media \(rapports annuels\)](#) · [Commission européenne — Financement des médias de service public](#)

14.2 L'Allemagne : le contre-modèle qui dérange

Le modèle allemand ARD+ZDF+Deutschlandradio repose sur une redevance audiovisuelle de 18,36 €/mois par foyer (soit 220,32 €/an), collectée par la société GEZ Beitragsservice. Ce financement produit :

- Des chaînes régionales puissantes (WDR, NDR, MDR, BR...) dotées de vrais moyens d'investigation.
- Une production fictionnelle abondante (Tatort, Babylon Berlin, etc.) exportée dans toute l'Europe.
- Un réseau international (Deutsche Welle) doté de 408 M€, supérieur à France Médias Monde (304 M€).
- Un orchestre et chœurs publics dans toutes les grandes villes.
- Une couverture numérique de pointe (Mediatheken unifiées), ARD+ZDF+Arte+phénomènes connexes rassemblant plus de 60 millions d'utilisateurs mensuels.

En Allemagne, personne, ni le Bundestag, ni la Cour constitutionnelle de Karlsruhe, ni les partis traditionnels, ne remet en cause l'existence du Service Public Audiovisuel. Les débats portent sur sa gouvernance, son périmètre, ses éventuelles adaptations numériques, jamais sur sa suppression. L'audiovisuel public est, en Allemagne, un acquis constitutionnel hérité de l'après-guerre (BGH / BVerfG, ancrant la « Rundfunkfreiheit » dans l'article 5 de la Loi fondamentale).

14.3 La BBC : modèle de référence mondiale

La BBC, financée par la redevance **TV Licence** à hauteur de 169,50 £/an (195 €/an), dispose d'un budget global de ~5 Md£. Elle constitue la référence mondiale du Service Public Audiovisuel.

- **BBC News** : première marque d'information au monde en crédibilité (Edelman Trust Barometer, Reuters Institute).
- **BBC World Service** : 412 M€ de budget, diffusion en 42 langues.
- **BBC iPlayer** : plateforme numérique leader au Royaume-Uni.
- **Production audiovisuelle** : référence mondiale (Peaky Blinders, Sherlock, Doctor Who, Blue Planet).

La BBC prouve qu'un service public peut être à la fois ambitieux, indépendant, et durablement financé. Son budget par habitant est 1,5 fois supérieur à celui de la France, et pourtant, aucun parlementaire britannique sérieux ne parle de « gabegie » de la BBC.

14.4 Conclusion comparative : la France en position de sous-financement

La comparaison européenne établit de manière incontestable **que la France est en position de sous-financement structurel de son audiovisuel public** par rapport à ses principaux partenaires et concurrents informationnels :

- Sous-financement de 61 €/hab./an par rapport à l'Allemagne.
- Sous-financement de 30 €/hab./an par rapport au Royaume-Uni.
- Sous-financement de 32 €/hab./an par rapport à la Suède.
- Sous-financement de 33 €/hab./an par rapport à la Finlande.
- Sous-financement de 16 €/hab./an par rapport à la Belgique francophone.

La France ne dépense pas trop pour son audiovisuel public, elle ne dépense pas assez !

CONTRE-ENQUÊTE : LA VRAIE ANOMALIE EUROPÉENNE

L'anomalie européenne n'est pas l'Allemagne, dont le modèle coûte 220 € par foyer et que personne ne remet en cause. L'anomalie, c'est la France, où un budget de 57 € par habitant, déjà inférieur à la moyenne européenne, est dénoncé comme une gabegie. Cette distorsion de perception est elle-même l'un des symptômes de la guerre informationnelle : quand la réalité des chiffres n'est plus correctement communiquée aux citoyens, le débat démocratique devient impossible.

Chapitre 15 ↘

— 99,99 % du contenu
du Service Public de
l'Audiovisuel invisibilisé
par une douzaine
d'anecdotes

Pour terminer cette contre-enquête, la commission a développé sur des longues parties d'audition des anecdotes, des faits, dont certains ne s'étaient même pas déroulés sur l'antenne, mais faisant planer selon le rapporteur une suspicion de partialité. Ce qui était dehors, même une conversation volée a eu plus d'importance que les milliers d'heures d'antennes.

Cette méthode est un biais de confirmation opéré à rebours : on part d'une conclusion, « *le service public est partial* », et on sélectionne les faits qui l'illustrent, en ignorant délibérément les 99,99 % qui la contredisent. **En sciences, on appelle cela du cherry-picking¹. En droit, on appellerait cela une instruction à charge.**"

Commençons par rappeler l'ampleur des programmes diffusés par France TV et Radio France

15.1 France Télévisions : une machine à programmes d'une ampleur considérable

France Télévisions diffuse en continu sur **cinq chaînes nationales** : France 2, France 3, France 4, France 5 et France Info. Chacune diffuse 24 heures sur 24, 365 jours par an. Le calcul est simple. Cela représente **8760h** par an par chaîne de télévision...

Source : [Arcom — Rapport sur l'exécution du cahier des charges de France Télévisions, année 2024](#)

Source : [Assemblée nationale — PAP 2025 Avances à l'audiovisuel public \(données de diffusion\)](#)

15.2 Radio France : sept antennes, 24h/24, 365 jours par an

Radio France diffuse sur sept antennes nationales en continu (France Inter, France Info, France Culture, France Musique, Ici, Fip, Mouv'). En ajoutant les 44 stations locales du réseau France Bleu/Ici, le volume est encore plus considérable, 385 000 h/an, si l'on prend toutes les radios du Service Public et les 44 radios locales du réseau ICI.

Source : [Radio France — Notre financement et données d'activité](#)

Source : [DGMIC — Réalisations stratégiques Radio France \(janvier 2026\)](#)

¹ L'origine intellectuelle du concept est ancienne : au Ve siècle avant J.-C., le philosophe grec Diagoras de Melos, cité par Cicéron dans *De natura deorum* et par Montaigne dans ses *Essais*, avait déjà formulé l'intuition fondatrice. On lui montrait les offrandes votives des naufragés ayant survécu grâce à leurs prières. Il rétorqua : "Et où sont les offrandes de ceux qui ont prié et sont quand même morts ?" Les morts ne laissent pas de témoignages. C'est le biais des survivants, cousin direct du cherry-picking : on ne voit que ce qui confirme, jamais ce qui infirme.

99,99 %

LE CHIFFRE QUI RÉSUME TOUT

France Télévisions + Radio France (antennes nationales) diffusent ensemble environ **87 600 heures de programmes par an** sur leurs seules antennes nationales (10 chaînes TV + 6 radios nationales). Sur la **décennie 2015-2025 examinée par la commission**, cela représente plus de **87 600 000 heures de programmes**.

La commission Alloncle a retenu et instrumentalisé environ **une douzaine d'éléments éditoriaux** pour construire son accusation de « biais systémique ».

Proportion des contenus incriminés : 0,001 % à 0,01 % du total diffusé. Le reste, 99,99 % n'a pas été mentionné.

15.3 INVENTAIRE DES GRIEFS EDITORIAUX D'ALLONCLE : LES « PREUVES » DU BIAIS

Voici une grande partie des éléments de contenu éditorial mis en avant par la commission Alloncle pour étayer sa thèse d'un « biais systémique » de l'audiovisuel public et ayant été largement répercuté dans les médias. Chaque élément est contextualisé, daté et soumis à une analyse critique.

Grief n° 1 — L'affaire Legrand / Cohen (juillet–septembre 2025)

Des vidéos filmées à l'insu de Thomas Legrand (France Inter) et Patrick Cohen (France Inter / France 5) les montrent, le **7 juillet 2025**, déjeuner avec deux responsables du PS. Thomas Legrand y dit : « *Nous, on fait ce qu'il faut pour Dati, Patrick [Cohen] et moi.* » Les images, tournées illégalement, sont publiées le 5 septembre sur X par *L'Incorrect*. (voir plus haut)

CONTRE ENQUÊTE : L'audition du 18 décembre 2025 de Thomas Legrand et Patrick Cohen

Premier problème de procédure : Alloncle en possession d'un constat d'huissier versé dans une enquête pénale

Le **18 décembre 2025**, Thomas Legrand et Patrick Cohen sont chacun auditionnés pendant plus de deux heures. Un incident de procédure éclate rapidement : Charles Alloncle révèle être en possession d'une **copie d'un constat d'huissier** concernant l'enregistrement vidéo, document versé dans une **procédure judiciaire en cours**, ouverte le 25 décembre 2025 par le parquet de Paris sur la captation clandestine.

Le député **Erwann Balanant** (Les Démocrates), membre de la commission, intervient immédiatement pour dénoncer cette situation. Ses termes, rapportés par LCP, sont sans ambiguïté : *"Il y a une procédure judiciaire en cours (...) je pense que c'est une faute grave."*

La question posée par Balanant est juridiquement précise : comment un rapporteur d'une commission parlementaire a-t-il pu obtenir copie d'un document versé dans une instruction judiciaire en cours, alors que l'accès à ces pièces est en principe réservé aux parties à la procédure et à leurs avocats ? La réponse d'Alloncle n'a pas dissipé les soupçons sur la provenance de ce document, ce qui, croisé avec les observations de Mediapart sur son accès à des documents émanant de la "galaxie Bolloré" que les autres membres de la commission n'avaient pas, nourrit une question sérieuse sur les circuits d'information du rapporteur.

Source : [LCP — "Thomas Legrand, filmé à son insu" \(18-19 décembre 2025\) — citation exacte de Balanant](#)

Source : [Assemblée Nationale : compte rendu de l'audition de Patrick Cohen](#)

Source : [Assemblée Nationale : compte rendu de l'audition de Thomas Legrand](#)

Deuxième problème : ce que le constat d'huissier établit réellement, et ce qu'Alloncle prétend qu'il prouve

Alloncle brandit le constat d'huissier comme preuve du *"parti pris"* des journalistes. Patrick Cohen rectifie systématiquement et publiquement cette interprétation lors de son audition.

Ce constat d'huissier n'établit pas la nature ni le sens des propos échangés. Il établit uniquement que la vidéo publiée par *L'Incorrect* n'a pas été falsifiée dans sa forme, qu'il n'y a eu ni montage, ni trucage, ni troncage manifeste de l'enregistrement. Autrement dit : la conversation a bien eu lieu, et les mots prononcés sont bien ceux qu'on entend. Rien de plus.

Cette distinction est capitale et Alloncle l'ignore délibérément. **Que la conversation soit authentique ne dit rien sur ce qu'elle signifie.** Or c'est précisément le sens, le contexte et l'interprétation de cette conversation que Patrick Cohen s'emploie à rétablir.

Alloncle lui-même reconnaît cette logique dans son interview au JDD, déclarant qu'il *"s'attendait à ce que les journalistes reconnaissent au minimum une maladresse"*, et que *"Patrick Cohen et Thomas Legrand ont adopté une ligne de défense qui consiste à nier le fond, à attaquer l'enregistrement et à suggérer un montage fallacieux, alors qu'un constat d'huissier confirme les propos."* La formulation est révélatrice du glissement opéré : *"confirme les propos"* ne signifie pas *"confirme leur interprétation"*. Alloncle confond l'authenticité formelle d'un enregistrement avec la preuve d'une intention.

Source : [JDD / Lejdd.fr — Interview d'Alloncle : "Patrick Cohen et Thomas Legrand ont adopté une ligne de défense..." \(décembre 2025\)](#)

Grief n° 2 — La chronique de François Morel : deux mots jugés “grossiers” (décembre 2025)

Charles Alloncle a consacré plusieurs minutes de l’audition d’Adèle Van Reeth (19 décembre 2025), à une chronique de François Morel sur France Inter, dans laquelle l’humoriste a employé deux termes jugés « grossiers » par le rapporteur. Lors de l’audition de Thomas Legrand (19 décembre 2025), Alloncle a reproché à la directrice de France Inter, Adèle Van Reeth, d’avoir « loué l’art et la maîtrise des mots » de Morel plutôt que d’avoir sanctionné ces termes.

CONTRE ENQUÊTE

- **La chronique date du vendredi 12 septembre 2025.** François Morel diffuse chaque vendredi matin son « *Billet* » dans la tranche 7h-9h de France Inter. Le 12 septembre — soit une semaine après la publication de la vidéo Legrand-Cohen par *L’Incorrect* (5 septembre) et en plein pic de la tempête médiatique sur CNews — Morel consacre sa chronique à l’affaire.
- **Les deux mots que Morel emploie** et qu’Alloncle qualifie de « grossiers » sont : « fils de pute » et « enculés »
- La chronique explique pourquoi ces « *deux invectives communément considérées comme outrageantes* » lui sont venues spontanément en réaction à la publication de la vidéo volée montrant Cohen et Legrand avec des responsables socialistes, filmés « *par des individus malfaisants* », les journalistes de *L’Incorrect*.

Source: [HuffPost / Yahoo Actualités — “L’audition de Thomas Legrand a viré au grand n’importe quoi et François Morel n’y est pas pour rien” \(19 décembre 2025\)](#)

- Même si ces mots en réaction à un procédé d’écoute d’une conversation privée et à sa diffusion dans l’optique d’une campagne organisée par Cnews et Europe 1 peuvent être discutables, cette montée en épingle de deux mots sur des milliers d’heures d’antenne est totalement anecdotique, surtout pour un billet d’humour.

Grief n° 3 — La « chanson des gauchos » (2024)

Le **23 juin 2024**, à **une semaine exactement du premier tour des élections législatives** (fixé au 30 juin), **dix chroniqueurs de France Inter** chantent en direct à l'antenne une chanson que le rapporteur Alloncle désigne sous le nom de « **la chanson des gauchos** ». Rappel du contexte : la dissolution de l'Assemblée nationale a été annoncée par Emmanuel Macron le 9 juin 2024, au lendemain des Européennes. La campagne officielle des législatives est donc en cours, avec une stricte égalité de temps de parole imposée à tous les candidats par la réglementation électorale. Les paroles citées par Alloncle dans le compte rendu officiel de la commission sont : « *Car demain si c'est Bardella / C'est fini pour moi, fini pour toi / Il y a encore un peu d'espoir / Si l'on se rend à l'isoloir / Pour glisser un bulletin dans l'urne / Contre la vague, la vague brune* ».

(La citation est tronquée dans les données récupérées, mais les paroles clés sont documentées.)

Source: [Compte rendu officiel n° 11 — Audition Adèle Van Reeth et équipe France Inter, 18 décembre 2025 — Alloncle, rapporteur — Assemblée nationale \(HTML\)](#)

Source: [Compte rendu officiel n° 11 — même audition \(version PDF\)](#)

CONTRE ENQUÊTE

Alloncle utilise cet épisode comme pièce à conviction centrale de la partialité de France Inter, avec cette formulation dans le compte rendu officiel :

“Le 23 juin 2024, à une semaine du premier tour des élections législatives, en pleine campagne officielle, alors que l'ensemble des candidats et des groupes étaient soumis à une stricte égalité de temps de parole, pas moins de dix chroniqueurs de France Inter ont chanté à l'antenne ce qu'ils appelaient 'la chanson des gauchos'.”

Il l'associe à d'autres griefs : il reproche à des personnalités de l'audiovisuel public d'avoir partagé sur leurs réseaux sociaux des “convictions de gauche” (PS, EELV, extrême gauche) sans qu'Alloncle ait trouvé « *un seul contre-exemple* » de convictions de droite parmi eux, et d'avoir exprimé que « *la jeunesse emmerde le Front national* », autre formule qu'il cite.

La réponse de Van Reeth — et ce qu'elle établit réellement

Lors de l'audition du 18 décembre 2025, Adèle Van Reeth ne nie pas l'épisode mais le défend au nom de la liberté d'expression des chroniqueurs-humoristes : elle « *loue l'art et la maîtrise des mots* » de François Morel (sur le grief précédent), et défend de manière générale le rôle de l'humour comme « *souape indispensable pour affronter le désordre du monde* » et comme espace qui « *depuis toujours, dérange* ». C'est précisément cette réponse qu'Alloncle qualifie de choquante, préférant la répétition du grief devant Thomas Legrand le soir même.

Source : [Compte rendu officiel n° 11 — Van Reeth, 18 décembre 2025](#)

CONTRE ENQUÊTE

Le contexte réglementaire, ce qu'Alloncle omet

La réglementation électorale sur l'égalité de temps de parole (article L.167-1 du code électoral, décision Arcom du 14 juin 2024) s'applique aux **émissions de la campagne officielle** et aux **temps de parole des candidats**. Elle ne s'applique pas aux chroniques humoristiques ni aux prises de position personnelles de chroniqueurs hors du cadre rédactionnel d'information. L'Arcom n'a émis aucune sanction ni même aucune mise en demeure contre France Inter pour cet épisode. Cette absence de sanction est documentée dans les données de l'Arcom.

Source : [Arcom — Décision du 14 juin 2024 relative aux conditions de la campagne électorale législative 2024 \(PDF officiel\)](#)

La liberté d'expression des artistes et humoristes est garantie constitutionnellement. Les humoristes de France Inter (Sophia Aram, Guillermo Guiz, Pablo Mira, etc.) s'expriment depuis des années sur tous les sujets politiques — y compris Macron, la gauche et l'extrême gauche.

Le RN, premier parti de France en voix, était **massivement invité dans les médias publics** (voir section IV de ce rapport).

Encore une fois quelques secondes d'antennes, dans le cadre d'émissions humoristiques, deviennent le signe d'antennes intégralement biaisée et partisane, malgré les très nombreuses prises de parole du RN sur ces mêmes antennes, conformément au cahier des charges du service public de l'audiovisuel.

Grief n° 4 — France TV Slash et le comité Adama Traoré

La scène : audition de Delphine Ernotte, 10 décembre 2025

L'incident se produit lors de l'audition de Delphine Ernotte Cunci, présidente de France Télévisions, le 10 décembre 2025, la première des deux auditions d'Ernotte devant la commission. Alloncle interroge la direction sur des contenus jugés "problématiques" signalés par un "collectif citoyen" diffusés sur la plateforme numérique France TV Slash. Le secrétaire général de France Télévisions, Christophe Tardieu, présent à l'audition, affirme que Slash n'a jamais relayé d'appel aux dons en faveur du comité Justice pour Adama Traoré. Alloncle brandit alors une publication sur le compte Instagram de Slash, et Tardieu doit se rétracter.

Source : [JDD — "Soutien au comité Justice pour Adama : le secrétaire général de France Télévisions recadré par Charles Alloncle" \(10 décembre 2025\)](#)

Source : [FranceTvPro.fr — Communiqué officiel de France Télévisions — explications de Delphine Ernotte Cunci sur l'affaire Slash/Adama \(10 décembre 2025\)](#)

Source : [CNews / Libération — "Commission d'enquête parlementaire sur l'audiovisuel public : Delphine Ernotte auditionnée" — Alloncle critique France TV Slash pour "ligne militante" \(10 décembre 2025\)](#)

CONTRE ENQUÊTE: Ce que la publication Instagram montrait réellement, la version officielle et l'instrumentalisation d'un point de détail.

C'est FranceTvPro.fr, le site de presse officiel de France Télévisions, qui fournit l'explication la plus précise dans le communiqué de réponse d'Ernotte :

- « *En 2020, le compte Instagram de France Télévisions Slash a publié les photos d'un photographe (sans lien avec Adama Traoré) dans une volonté artistique. Le photographe a souhaité préciser, en commentaire de la publication, que la vente de ses photos aille au bénéfice d'un comité de soutien à Adama Traoré. France Télévisions a en effet fait l'erreur d'avoir publié ce message.* »

Les faits établis sont donc les suivants :

- La publication date de 2020, soit cinq ans avant l'audition
- Il s'agit d'une publication artistique (cliché d'un photographe)
- L'appel au don pour le comité Adama Traoré n'émane pas de la rédaction de Slash mais d'un commentaire ajouté par le photographe lui-même
- France Télévisions reconnaît l'erreur d'avoir republié ce commentaire
- Il n'existe aucune publication de Slash appelant directement et institutionnellement aux dons pour ce comité

Source : [FranceTvPro.fr — Communiqué officiel Ernotte, explicitation du grief Slash/Adama \(10 décembre 2025\)](#)

Source : [Assemblée nationale — Question écrite n° 7474 sur France TV Slash \(réponse du ministère de la Culture, 2022\)](#)

Grief n° 5 — Samuel Étienne et ses prises de position sur Twitch contre le RN (février 2026)

Lors de son audition (24 février 2026), le rapporteur Charles Alloncle a reproché à plusieurs reprises, à celui qu'il désigne comme une « *figure qui incarne l'audiovisuel public* » de « *s'autoriser des prises de position personnelles contre 'les idées du RN' sur Twitch* ». Il insiste sur l'incompatibilité selon lui entre le statut de présentateur du service public et ces prises de position, même sur une plateforme personnelle.

Charles Alloncle mélange ces éléments aux questions budgétaires et salariales dans un [tweet](#) vu plus d'un million de fois.

CONTRE ENQUÊTE : la confusion des antennes

Sur Twitch : Samuel Étienne anime sur Twitch une revue de presse quotidienne de deux heures, suivie par 15 000 à 20 000 personnes par jour, essentiellement des moins de 35 ans — public précisément sous-représenté dans l'audiovisuel public traditionnel. Cette activité est hors antenne, sur une plateforme personnelle. Alloncle traite les opinions exprimées sur Twitch comme s'il s'agissait de prises de position à l'antenne du service public, en ignorant la distinction fondamentale entre l'exercice d'une activité de journaliste salarié soumis à des obligations de neutralité, et l'exercice de la liberté d'opinion d'un citoyen sur son espace personnel.

Sur le statut : Étienne n'est plus salarié de France Télévisions. Il est prestataire via un producteur externe. Les prises de position sur Twitch ne se font donc même pas à titre de salarié de l'audiovisuel public mais à titre strictement privé. Alloncle utilise l'étiquette « *figure qui incarne l'audiovisuel public* », formule rhétorique, non juridique, pour étendre les obligations de neutralité au-delà de tout fondement légal.

Sur la réponse d'Étienne : qualifier le RN de « *parti d'extrême droite* » n'est pas une prise de position partisane, c'est une qualification politique et historique largement documentée et utilisée par des historiens, politologues et journalistes de toutes tendances. Alloncle a lui-même reconnu implicitement cette réalité en ne contestant pas la formule, mais en s'offusquant du contexte dans lequel elle était employée.

Source : [Stratégies — "Qu'ont dit Samuel Étienne et Hugo Clément devant la commission ?" \(25 février 2026\)](#)

Source : [LCP — Audition de Hugo Clément et Samuel Étienne, 24 février 2026](#)

Grief n° 6 — Hugo Clément et son engagement environnemental (février 2026)

Charles Alloncle a interrogé Hugo Clément sur son émission *Sur le front* (France 2/ France 5) et son engagement contre l'élevage intensif. Il lui a demandé s'il ne ressentait pas « une forme de responsabilité » dans les récentes pénuries d'œufs en France.

CONTRE ENQUÊTE

- Hugo Clément est un journaliste d'investigation environnementale. Son travail est précisément le journalisme de service public que la commission est censée défendre : il documente, enquête, révèle. Il n'est pas salarié de France Télévisions mais **producteur indépendant**.
- Suggérer qu'un journaliste est « responsable de la pénurie d'œufs » parce qu'il a enquêté sur l'élevage intensif est **une intimidation journalistique** documentée, contraire à la liberté de la presse.
- Clément a répondu avec ironie : « *Est-ce que je suis responsable de la pénurie d'œufs en France ?* » — soulignant l'absurdité de la question.

Source : [Stratégies — Hugo Clément et Samuel Étienne devant la commission \(25 février 2026\)](#)

Grief n° 7- Léa Salamé et son compagnon Raphaël Glucksmann (2024)

La commission a évoqué la situation de Léa Salamé, journaliste à France Inter et France 2, dont le compagnon est Raphaël Glucksmann, eurodéputé PS. En 2024, Léa Salamé avait elle-même choisi de ne pas réaliser d'interviews politiques pendant la campagne européenne par souci d'impartialité.

CONTRE ENQUÊTE :

- Léa Salamé a spontanément décidé de s'abstenir d'interviews politiques pendant la campagne des européennes 2024 — preuve que les journalistes du service public exercent eux-mêmes leur déontologie.
- La même situation existe dans le privé sans que la commission ne la mentionne. Des journalistes de TF1, Cnews et M6 ont des compagnons ou conjoints engagés politiquement sans que cela suscite de commissions d'enquête.
- France Inter a précisé que la décision de Salamé était "un souhait de sa part pour protéger la chaîne".

Source : [Le Parisien/Actualnewsmagazine —s Léa Salamé et la campagne européenne 2024 : décision de retrait des interviews politiques](#)

Grief n° 8 — Delphine Ernotte qualifiant Cnews de “chaîne d’extrême droite” (2024)

La pétition officielle du RN sur son site reproche à Delphine Ernotte d’avoir qualifié Cnews de « chaîne d’extrême droite » dans un entretien au *Monde*. La commission a repris ce grief comme preuve du « parti pris » de la présidente de France Télévisions.

CONTRE ENQUÊTE :

- L’Arcom a infligé à Cnews des **millions d’euros d’amendes cumulées** pour violations du pluralisme et propos haineux. C8, autre chaîne de la TNT, sanctionnée à des multiples reprises pour des manquements sévères à ses obligations, a perdu son autorisation d’émettre pour le non-respect répété de son cahier de charges.
- La qualification de « chaîne d’extrême droite » par une dirigeante de l’audiovisuel public répond à une réalité documentée par le régulateur indépendant lui-même.
- La commission n’a pas interrogé les dirigeants de Cnews sur leurs propres violations du pluralisme.

Grief n° 9 — La directrice de France Inter : « Nous sommes une radio progressiste »

La proposition de résolution n° 1865 créant la commission cite les propos de la directrice de France Inter, Adèle Van Reeth : « **Les faits, c’est que nous sommes une radio progressiste, et nous l’assumons** », comme preuve d’une « pensée idéologiquement orientée ».

CONTRE ENQUÊTE:

- « **Progressiste** » n’est pas synonyme de « **partisan d’un parti politique** ». Le terme désigne une orientation éditoriale vers le progrès social, scientifique et culturel — une mission constitutive du service public depuis 1936.
- France Inter est la première radio de France avec 7,2 millions d’auditeurs quotidiens (Médiamétrie, novembre-décembre 2025). Ses audiences incluent des sympathisants de tous les partis.
- L’Arcom n’a jamais mis en demeure France Inter pour déséquilibre systémique du pluralisme.

Source : [Assemblée nationale — Proposition de résolution n° 1865 créant la commission \(texte intégral\)](#)

Source : [Mediametrie — Audience radio Novembre-Décembre 2025](#)

Grief n° 10 – Delphine Ernotte : « On essaie de représenter la France telle qu'on voudrait qu'elle soit »

La résolution n° 1865 cite également une déclaration de Delphine Ernotte : « **La France telle qu'elle est (...) mais on essaie de représenter la France telle qu'on voudrait qu'elle soit** », qualifiée de preuve d'une « volonté affichée de façonner et diffuser une pensée idéologiquement orientée ».

CONTRE ENQUÊTE

- Cette déclaration décrit précisément la **mission de service public** : représenter la France dans sa diversité, pas seulement dans ses tendances dominantes. C'est ce que le cahier des charges de France Télévisions exige — représentation de la diversité territoriale, sociale, culturelle.
- La citation est extraite de son contexte. Ernotte parlait de la représentation de la diversité de la société française à l'écran, pas d'un agenda politique.

Source : [Assemblée nationale — Proposition de résolution n° 1865 \(texte intégral\)](#)

Grief n° 11 – Le journaliste de Radio France licencié pour « relation » avec le président du RN

La résolution n° 1865 évoque « le licenciement un an plus tôt d'un autre journaliste de Radio France, pour des relations de travail avec le président du Rassemblement national », le comparant défavorablement à l'absence de sanction pour Thomas Legrand.

CONTRE ENQUÊTE :

- Le cas évoqué est celui d'un journaliste dont les **relations professionnelles avec Jordan Bardella** avaient été établies comme incompatibles avec les règles déontologiques de Radio France — une décision de gestion interne, pas une chasse politique.
- La comparaison avec Legrand est trompeuse : Legrand est un chroniqueur, pas un journaliste d'information politique. Les situations sont structurellement différentes.

Grief n° 12 — Le rapport de l'Institut Thomas More sur 6 jours de programmes (mai 2024)

La résolution n° 1865 cite un rapport de l'Institut Thomas More (30 mai 2024) portant sur « **6 jours** » de programmes de France Inter pour étayer l'accusation de déséquilibre éditorial.

CONTRE ENQUÊTE :

- L'Institut Thomas More est un think tank conservateur, pas un organisme indépendant de régulation. Son rapport n'a pas la valeur des données officielles de l'Arcom.
- 6 jours de programmes représentent **0,16 % d'une année de diffusion** sur France Inter. Tirer des conclusions sur le « biais systémique » d'une radio à partir de 6 jours sélectionnés est méthodologiquement inacceptable.
- L'Arcom dispose de données exhaustives sur le pluralisme, analysées sur une base trimestrielle. Ces données, présentées par le président de l'Arcom devant la commission le 25 novembre 2025, ne corroborent pas la thèse d'un déséquilibre systémique.

Source : [Arcom — Propos liminaires de Martin Ajdari devant la commission \(25 novembre 2025\)](#)

Tableau récapitulatif : 12 anecdotes, 876 000 heures ignorées

N°	Grief	Antenne concernée	Nature du contenu	Verdict déontologique
1	Legrand/Cohen	France Inter / France 5	Conversation privée (pas à l'antenne)	Capté illégalement — aucun contenu diffusé incriminé
2	François Morel (mots "grossiers")	France Inter	Chronique humoristique	Aucune sanction Arcom — liberté de création artistique
3	Chansons/ prises de position contre le RN (2024)	France Inter	Humour / opinions de chroniqueurs	Aucune sanction Arcom — Arcom confirme le pluralisme
4	France TV Slash / Comité Adama	France TV Slash (numérique)	Post réseaux sociaux	Question déjà soulevée en 2022 — pas de sanction
5	Samuel Étienne sur Twitch	Twitch (hors antenne)	Opinion personnelle hors service	Non-salarié France TV au moment des faits
6	Hugo Clément / pénurie d'œufs	France 2 / France 5	Journalisme d'investigation	Producteur indépendant — aucune sanction
7	Léa Salamé / Glucksmann	France Inter / France 2	Situation personnelle	Salamé s'est elle-même retirée, preuve de déontologie
8	Ernotte sur Cnews « extrême droite »	Déclaration à la presse	Interview au Monde	Cnews effectivement sanctionnée par l'Arcom
9	« Radio progressiste » — Van Reeth	France Inter	Déclaration de la directrice	Conforme à la mission de service public
10	« France telle qu'on voudrait » — Ernotte	Déclaration publique	Interview	Citation hors contexte — mission de représentation de la diversité
11	Journaliste licencié / Bardella	Radio France	Décision RH interne	Déontologie, pas chasse politique
12	Rapport Thomas More (6 jours)	France Inter	Analyse d'un think tank conservateur	6 jours / 365 = 1,6 % de l'année — non représentatif

Annexe ↴

Sous-traitance de la production — France Télévisions

Les lignes sont colorées selon le statut juridique : ce qui est imposé par le cahier des charges, ce qui relève d'un cadre contractuel, et ce qui est un choix de gestion.

Genre de contenu	Montant / an	Statut juridique	Taux d'indépendants	Détail de l'obligation	Exemples de programmes
Fiction (séries, unitaires)	≈ 280 M€	Obligation légale	≥ 2/3 indépendant	Cahier des charges de France Télévisions : au moins deux tiers du financement doit aller à la production indépendante.	<i>Astrid et Raphaëlle, Rivages, HPI, Capitaine Marleau</i>
Documentaire (y compris régional et ultramarin)	≥ 105 M€ (dont 14 M€ régional/ultramarin)	Obligation légale	≥ 2/3 indépendant	Cahier des charges : plancher de financement + part indépendante minimale. La part régionale/ultramarine est elle-même fléchée.	<i>Cases documentaires France 2, France 3, France 5 (Le Monde en face, La Case du siècle)</i>
Animation	35 M€ (2025), 36 M€ (2026), 37 M€ (2027)	Obligation légale	≥ 2/3 indépendant	Cahier des charges : trajectoire pluriannuelle croissante imposée + part indépendante minimale.	<i>Miraculous, Okoo, programmes jeunesse patrimoniaux</i>
Cinéma (préachat)	≥ 60 M€	Obligation légale	100 % indépendant	Accord du 17 mai 2024 avec la filière cinéma : seuil plancher, intégralement externalisé par nature (France TV ne produit pas de films).	<i>Films français et européens préachetés par France 2 Cinéma et France 3 Cinéma</i>
Spectacle vivant	≥ 17 M€	Cadre contractuel	—	Plancher de financement garanti, mais pas d'obligation chiffrée de part indépendante : relations contractuelles spécifiques avec les institutions culturelles (opéras, orchestres, festivals).	<i>Culturebox, captations lyriques, concerts symphoniques</i>
Magazines & talk	≈ 280 M€	Facultatif	—	Aucune obligation légale d'externaliser. Le recours à des producteurs extérieurs est un choix de gestion, audité depuis 2017 pour réduire les marges.	<i>C à vous, Télématin, Ça commence aujourd'hui</i>
Divertissement & jeux	66,4 M€ en 2023 (vs 92,4 M€ en 2017, -28 %)	Facultatif	—	Aucune obligation légale. Baisse pilotée par les audits de marges : renégociation des contrats avec les sociétés de production.	<i>Fort Boyard, N'oubliez pas les paroles, Tarata</i>
Information (JT, 20H, franceinfo)	Production interne majoritaire	Facultatif (interne)	—	Aucune obligation d'externalisation ; à l'inverse, l'information est historiquement produite en interne pour des raisons déontologiques (indépendance éditoriale).	<i>Environ 3 000 journalistes salariés France TV</i>

Légende

ANNEXE : la sous-traitance par France TV de programme à des producteurs indépendants.

1. LE CADRE LÉGAL : L'EXTERNALISATION N'EST PAS UN CHOIX, C'EST UNE OBLIGATION

1.1 La loi Létotard de 1986 : séparer diffuseur et producteur

La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 dite « loi Létotard » a posé le principe fondateur : les diffuseurs français, publics et privés, doivent investir une part de leur chiffre d'affaires dans la production d'œuvres audiovisuelles, dont une partie doit être réalisée par des producteurs *indépendants* à l'égard du diffuseur. L'article 27 de la loi renvoie à des décrets en Conseil d'État le soin de fixer les principes généraux de ces obligations pour chaque catégorie de services.

L'objectif du législateur est alors explicite : **éviter la concentration verticale à la fois de la diffusion et de la production entre les mains d'un même acteur, et soutenir un tissu français de sociétés de production indépendantes capables de produire des œuvres patrimoniales (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant).**

Source : [Légifrance — Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 \(loi Létotard\)](#)

Source : [Mémoire du Sénat — La loi Létotard, un pilier de l'audiovisuel français](#)

Source : [Institut Montaigne — 30 ans après la loi Létotard \(contribution, diffusion, production indépendante\)](#)

1.2 Les décrets Tasca de 2001-2002 : renforcer les producteurs indépendants

Au début des années 2000, face au constat d'un sous-financement de la production audiovisuelle française, la ministre de la Culture Catherine Tasca fait adopter une série de décrets, dits « **décrets Tasca** », qui fixent en détail les obligations d'investissement des chaînes et imposent un *sous-quota indépendant* : une part majoritaire de l'obligation de production doit être confiée à des producteurs sans lien capitalistique avec le diffuseur.

Pour France Télévisions, l'accord de 2008 signé avec les organisations professionnelles, repris dans le cahier des charges par le **décret n° 2009-796 du 23 juin 2009**, pousse cette logique à son maximum : **95 % de l'obligation de production** est consacrée à la production indépendante, et France Télévisions ne peut détenir aucune part de coproduction sur les 5 % restants. Ce niveau est sans équivalent en Europe.

Source : [Légifrance — Décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de France Télévisions](#)

Source : [Sénat — Rapport n° 616 \(2012-2013\) : décrets Tasca et quota de 95 % \(France Télévisions\)](#)

Source : [Wikipédia — Loi Tasca \(loi du 17 janvier 1989 modifiant la loi de 1986\)](#)

1.3 La directive européenne SMA : un plancher de 10 % à l'échelle de l'UE

Au niveau européen, la **directive 2010/13/UE dite « Services de médias audiovisuels » (SMA)**, impose à tous les radiodiffuseurs de l'Union de consacrer **au moins 10 % de leur temps d'antenne ou de leur budget de programmation à des œuvres européennes créées par des producteurs indépendants** (article 17).

La France est bien au-dessus cette obligation, ce qui montre la volonté des gouvernements successifs, de droite, comme de gauche, de favoriser le financement d'un écosystème de la création.

Le cahier des charges de France Télévisions est, en tous les cas, la conséquence directe de ces trois couches superposées : la loi Létotard de 1986, les décrets Tasca depuis 2001, et la directive SMA.

Source : [Commission européenne — Promotion et distribution d'œuvres européennes \(article 17 directive SMA\)](#)

Source : [Vie publique — Ordonnance du 21 décembre 2020 transposant la directive SMA en droit français](#)

Source : [Arcom — Conventionner ou déclarer un SMAD \(directive SMA 2010/13/UE et 2018/1808\)](#)

1.4 Le cahier des charges actuel : le décret du 30 décembre 2025

Le cahier des charges de France Télévisions est régulièrement actualisé. Le dernier en date, le **décret n° 2025-1422 du 30 décembre 2025**, fixe à la baisse ce plancher, pour 2025 avec désormais une obligation de **80 % de la contribution à la production** consacrée à la production indépendante. La part restante est réalisée avec les filiales propres du groupe (article 44-1 de la loi de 1986), éventuellement associées à des producteurs indépendants.

Source : [Légifrance — Décret n° 2025-1422 du 30 décembre 2025 portant modification du cahier des charges de France Télévisions](#)

Source : [Légifrance — Avis ARCOM n° 2023-12 du 22 novembre 2023 \(encadrement de la production audiovisuelle indépendante\)](#)

Source : [Légifrance — Rapport à la Première ministre relatif au décret n° 2022-1603 \(deux tiers production indépendante\)](#)

2. LA VENTILATION RÉELLE : OÙ VONT LES 850 MILLIONS D'EUROS ?

2.1 Le chiffre exact : 850 M€ en 2026, et non un milliard

Le chiffre d'un milliard d'euros brandi par Charles-Henri Alloncle correspond à la réalité de **2017**. En 2026, selon les propres données du groupe reprises par la presse spécialisée, France Télévisions consacre **environ 850 millions d'euros** par an à l'achat de programmes auprès de sociétés de production externes, soit près d'un quart de son budget. La baisse de 150 millions en une décennie contredit mécaniquement le récit d'une « *privatisation rampante* » : le périmètre externalisé *diminue*, il n'augmente pas.

Source : [The Media Leader / AFP — De Mediawan à Nagui : comment France Télévisions fait produire ses programmes](#)

Source : [Le JDD — Audiovisuel public : les révélations emblématiques de la commission \(850 M€ externalisés\)](#)

2.2 La ventilation par genre

L'accord conclu le 9 juillet 2019, renouvelé en juin 2024 avec les organisations professionnelles de la production audiovisuelle, fixe des montants planchers *par genre* de contenu.

La loi et les décrets imposent en effet des quotas uniquement pour la **création audiovisuelle patrimoniale**.

- **La définition de l'œuvre :** Pour le régulateur, une "œuvre" est un contenu ayant une valeur culturelle pérenne (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant).
- **Les programmes de "flux" :** Les magazines de plateau, les talks, les jeux et les divertissements sont considérés comme des programmes de "flux". Ils sont consommés immédiatement et ont une durée de vie courte.
- **L'intention du législateur :** L'obligation d'externalisation visait à protéger l'indépendance de la création culturelle française face aux diffuseurs. Les magazines et talks n'ont pas été jugés prioritaires pour ce dispositif de protection spécifique.

Trois genres ne sont soumis à aucune obligation : magazines, divertissement et information. Pour les deux premiers, l'externalisation est un choix de gestion — d'où l'intérêt des audits depuis 2017 pour réduire les marges des producteurs. L'information, à l'inverse, reste majoritairement produite en interne.

Lecture : sur les **850 M€ externalisés, environ 460 M€ relèvent de la création patrimoniale** (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant), obligation légale au titre du cahier des charges. Le reste, soit environ 390 M€, relève des magazines, jeux, talks et divertissements. Pour ces derniers, **aucune obligation légale n'impose l'externalisation**: c'est un choix industriel de France TV, assumé et audité. C'est précisément sur ce bloc-là — et seulement celui-ci — qu'une discussion légitime peut s'ouvrir.

Source : [CB News — France Télévisions signe avec les professionnels de la production audiovisuelle \(ventilation 2024-2027\)](#)

Source : [CNC — La production audiovisuelle aidée en 2024 \(répartition par genre\)](#)

Source : [Légifrance — Avis ARCOM n° 2024-08 du 16 octobre 2024 \(rapport d'exécution COM France Télévisions 2023\)](#)

Source : [Groupe France.tv — Guide de la création \(documentaire, fiction, animation\)](#)

Source : [Fondation IFRAP — France TV : 420 M€ patrimonial externalisé + 350 M€ flux externalisé \(février 2026\)](#)

2.3 Le cœur du problème : les 390 M€ de flux « non patrimonial »

La loi de 1986 rappelle : « *Sont considérées comme patrimoniales les œuvres de fiction, d'animation, de documentaire de création, y compris ceux qui sont insérés au sein d'une émission autre qu'un journal télévisé ou une émission de divertissement, de vidéo-musiques et de captation ou recréation de spectacles vivants.* »

C'est ici que se joue la seule vraie question soulevée par la commission d'enquête, et c'est aussi là que Charles Alloncle reste étrangement imprécis dans ses chiffrages publics. La ventilation interne au bloc « flux » est la suivante :

- **Magazines et talks (≈ 280 M€)** : C à vous, Télématin, Ça commence aujourd'hui, La Maison des Maternelles, magazines de société France 2 et France 3, magazines culturels France 5. Produits par Mediawan (label Troisième Œil notamment), Together Media, Banijay France.
- **Divertissement et jeux (66,4 M€ en 2023)** : Fort Boyard, N'oubliez pas les paroles, Taratata, Les Enfants de la télé. Produits par Banijay (ex-Zodiak pour Fort Boyard), Air Productions pour N'oubliez pas les paroles, Air Productions pour Taratata (société de Nagui).
- **Feuilletons quotidiens (≈ 45 M€)** : *Un si grand soleil* coûte entre 40 et 45 M€ par saison pour 260 épisodes, produit par France.tv Studio en association avec TelFrance (Newen).

Trois faits dérangeant directement la thèse d'Alloncle :

1. **Le divertissement externalisé a baissé de 28 % en six ans.** Le budget consacré au divertissement est passé de 92,4 M€ en 2017 à 66,4 M€ en 2023, grâce à la généralisation des audits systématiques et à la renégociation des marges des producteurs. La trajectoire est exactement inverse de celle décrite par le rapporteur.

2. **La Cour des comptes, que cite pourtant régulièrement Charles Alloncle, valide la démarche d'audit.** Les émissions phares (Fort Boyard, Taratata, Secrets d'Histoire, C à vous) ont toutes fait l'objet d'audits successifs depuis 2017, explicitement pour réduire la « marge » des producteurs. Ce sont ces audits qui sont à l'origine des 26 M€ d'économies documentées sur le seul poste divertissement.

3. **Le cas Nagui / Air Productions est régulièrement instrumentalisé.** L'argument d'Alloncle selon lequel Nagui serait « la personne qui s'est le plus enrichie sur l'argent public en dix ans » confond deux choses : le cachet d'animateur (qui relève d'un contrat individuel) et le chiffre d'affaires de sa société de production (qui est un producteur indépendant ausens

1. légal, en concurrence avec d'autres). Les deux sont soumis à des règles différentes et auditables séparément. Par ailleurs, comme nous l'expliquons dans cette contre-enquête, les émissions de Nagui sont les plus rentables de France 2 et les gains permettent de financer des émissions non-rentables.

Source : [Fondation IFRAP — Budget divertissement France TV : 92,4 M€ \(2017\) à 66,4 M€ \(2023\), -28 % grâce aux audits](#)

Source : [The Media Leader — France Télévisions sous pression budgétaire : baisse supplémentaire de 5 % sur le divertissement en 2026](#)

2.4 La production indépendante face à la montée de YouTube et de Netflix

La notion de producteur indépendant est définie par la loi : il s'agit d'une société de production qui n'est **ni contrôlée capitalistiquement, ni détenue majoritairement par le diffuseur**. L'article 71-1 de la loi de 1986 (issu de la loi du 5 mars 2009) précise cette définition.

Les trois grands bénéficiaires cités par le rapporteur, **Mediawan** (≈ 110 M€/an), **Banijay** (≈ 90 M€/an) et **Together Media**, sont juridiquement des producteurs indépendants de France Télévisions au sens strict de la loi. Ils ne sont pas détenus par le groupe public. Ils ne sont pas non plus contrôlés par TF1, M6 ou Canal+. C'est même tout l'objet du dispositif : faire émerger des groupes de production capables d'exister en dehors de l'emprise des grands diffuseurs.

L'importance prise récemment par ces sociétés de production vient d'un phénomène d'extrême concentration de la production indépendante afin de faire face aux grandes plateformes de streaming. C'est un vrai sujet d'intérêt, mais qui demande alors d'avoir une vue large du secteur de l'audiovisuel où, aux États-Unis par exemple, YouTube est la première « chaîne de télévision » en part de marché, devant Netflix.

Source : [Observatoire européen de l'audiovisuel — Comment les pays européens définissent la production indépendante](#)

Source : [Assemblée nationale — Compte rendu audition commission d'enquête \(Banijay ≈ 90 M€/an, 80 % flux France 5 sur deux sociétés\)](#)

Source : [Financial Times — The relentless rise of YouTube](#)

3. CINQ ARGUMENTS QUI CONTREDISENT LA THÈSE DE LA « PRÉPRIÉTISATION »

3.1 Argument 1 : L'externalisation est imposée à tous les diffuseurs, pas seulement à France TV

Le même cadre juridique s'applique à TF1, M6, Canal+, Arte et aux plateformes de SVOD (Netflix, Disney+, Amazon Prime). Les plateformes SVOD doivent consacrer 20 à 25 % de leur chiffre d'affaires français à la production d'œuvres européennes, dont une part indépendante. TF1 investit via sa filiale Newen Studios. M6 via Studio 89. Canal+ via Studio-canal. **Aucun diffuseur français ne produit l'intégralité de ses programmes en interne**, et ce n'est pas par choix de gestion : c'est parce que la loi interdit la concentration production-diffusion.

Source : [Digital Media Knowledge — Directive SMA et plateformes SVOD : obligations de production](#)

Source : [Dreyfus — Transposition de la directive SMA en France \(décret SMAD du 22 juin 2021\)](#)

3.2 Argument 2 : France TV reste le premier financeur de la création française

Selon les données CNC 2024, la contribution totale des éditeurs à la production audiovisuelle française atteint 1,443 milliard d'euros. Sur ce total, **France Télévisions représente 32 %**, devant les chaînes gratuites privées (27 %), les chaînes payantes (21 %), les plateformes SVOD (15 %) et Arte (5 %). Le groupe public est, loin devant, le premier financeur de la création française.

Cette position centrale explique pourquoi des acteurs privés eux-mêmes, comme Rodolphe Belmer (PDG de TF1), ont défendu le service public devant la commission d'enquête : l'affaiblissement de France Télévisions ferait mécaniquement chuter le financement global de la production française, car ni les SVOD américaines ni les filiales de diffuseurs privés ne pourraient compenser les 460 millions d'euros annuels que le groupe public apporte à la création.

Source : [Insight NPA — France TV 1er financeur de la création \(32 % contribution éditeurs, 2024\)](#)

Source : [The Conversation — La privatisation de l'audiovisuel public, un non-sens économique](#)

Source : [We Demain — L'audiovisuel public, dernier rempart d'une démocratie sous pression](#)

3.3 Argument 3 : « Pré-privatisation » est un abus sémantique, cela reste une gouvernance par le Service Public

La privatisation, au sens juridique et économique précis du terme, consiste à transférer à des acteurs privés la propriété du capital, des actifs, de la marque et du **contrôle éditorial**. Rien de tel ne se produit à France Télévisions :

- **Le capital reste 100 % public** : France Télévisions est une société nationale de programme entièrement détenue par l'État.
- **La marque reste publique** : les programmes sont diffusés sous pavillon France 2, France 3, France 5, France 4, France Info.
- **Le contrôle éditorial reste public** : les directeurs d'antenne et de rédaction sont salariés de France Télévisions, les décisions d'investissement sont prises par les comités d'investissement internes.
- **Les droits reviennent à France TV** : les œuvres préachetées ou coproduites sont diffusées en exclusivité par le groupe pendant la durée des droits cédés.

Confondre « externalisation de la fabrication » et « privatisation du service public » est une confusion catégorielle. C'est comme si l'on disait qu'un hôpital public est « *pré-privatisé* » parce qu'il achète ses médicaments à des laboratoires privés, son linge à des blanchisseries privées et ses repas à des prestataires privés. L'externalisation de la production matérielle ne change pas la nature publique de la mission.

Source : [Légifrance — Loi du 30 septembre 1986, article 44 \(statut de société nationale de programme\)](#)

3.4 Argument 4 : La vraie question : concentration des producteurs, pas privatisation du public

Il existe bel et bien un problème sérieux de **concentration du marché de la production privée** en France comme nous le disions plus haut : trois à quatre grands groupes (Mediawan, Banijay, Newen/TF1, Together Media) captent une part dominante des commandes des diffuseurs. Sur France 5, 80 % des émissions de flux seraient confiées à seulement deux sociétés.

Mais ce problème n'est ni créé ni aggravé par l'externalisation imposée par la loi, il est causé par le mouvement de **consolidation capitalistique du secteur privé** depuis dix ans : Banijay a absorbé Endemol Shine en 2020 ; Mediawan (créé en 2015 par Xavier Niel, Matthieu Pigasse et Pierre-Antoine Capton) a racheté Lagardère Studios, Leonine (Allemagne), Good Mood (Espagne) ; Newen a été racheté par TF1. **La solution à ce problème est d'éventuellement renforcer les règles anti-concentration du secteur privé, de proposer des quotas pour les petits producteurs, pas de remettre en cause le modèle public. L'absence des questions de ce type lors des auditions montre le biais du rapporteur plus que sa volonté de « soigner » le service public.**

Charles-Henri Alloncle pointe donc un véritable enjeu, mais il en tire une conclusion inversée : la concentration des producteurs privés est un argument *pour* préserver un service public fort, seul contrepoids capable de faire émerger des productions hors de ces quatre groupes.

Source : [The Media Leader — Comment France Télévisions fait produire ses programmes \(Mediawan, Banijay\)](#)

Source : [Sénat — Commission d'enquête concentration dans les médias \(janvier 2022\)](#)

Source : [Acrimed — Actualité des médias : Bolloré, fusion TF1-M6, Kretinsky](#)

3.5 Argument 5 : Le cahier des charges s'est durci, pas assoupli

Contrairement au récit d'un dérapage non maîtrisé, le cadre juridique s'est **resserré** dans la période récente. Les décrets successifs (2019, 2022, 2023, 2025) ont notamment :

- imposé des sous-quotas indépendants par genre (animation, documentaire, spectacle vivant), avec un plancher de deux tiers de production indépendante par catégorie ;
- interdit à France Télévisions de détenir des mandats de commercialisation sur les œuvres préachetées au titre de la production indépendante ;
- plafonné la part de production dépendante (via les filiales du groupe, notamment france.tv studio) à 20 % de la contribution en 2025, contre 5 % historiquement — un assouplissement demandé par le groupe pour *repandre* la main industriellement, dans la limite fixée par l'ARCOM.

En 2022, pour la part indépendante, France Télévisions n'a détenu *aucun* mandat de commercialisation sur les œuvres qu'elle préachetait. Ce niveau de contrainte est sans équivalent dans le paysage audiovisuel européen. La tendance historique est donc à une **professionnalisation et à un resserrement du cadre de l'externalisation**, pas à une dérive opaque.

Source : [Légifrance — Avis ARCOM n° 2022-18 du 7 décembre 2022 \(sous-quota indépendant 2/3\)](#)

Source : [Légifrance — Décret n° 2019-1499 du 28 décembre 2019 \(cahier des charges France TV\)](#)

Source : [Légifrance — Décret n° 2022-1603 du 21 décembre 2022 portant modification du cahier des charges de France Télévisions](#)

Conclusion ↘

— Défendre le Service
Public de l'Audiovisuel,
c'est défendre la République
et la démocratie

Nous avons parcouru, dans ce contre-rapport, l'ensemble des angles que la commission Alloncle a délibérément ignorés ou déformés.

Les 10 conclusions de ce contre-rapport

01. Le Service Public de l'Audiovisuel n'est pas une gabegie

il coûte 57 €/an/Français, soit près de deux fois moins qu'en Allemagne, sans que personne ne dénonce là-bas une mauvaise gestion.

02. Son prétendu « déficit » n'est pas la preuve d'une mauvaise gestion, c'est la conséquence mécanique des baisses de dotation imposées par la tutelle politique, non compensées par les économies pourtant réalisées par l'entreprise (-12 % d'effectifs, -386 M€ de charges).

03. La suppression des jeux culturels en access prime time serait une absurdité économique

NOPLP représente 30 % des recettes publicitaires journalières de France 2, lesquelles financent directement les missions non rentables (info régionale, documentaires, outre-mer, jeunesse sans pub).

04. Chaque euro public investi génère 6 € d'activité dans l'économie française

(Livre blanc LaFA 2025) et soutient 62 000 emplois directs et indirects.

05. Sans le service public, le Tour de France, Roland-Garros, les JO deviendraient payants

comme c'est déjà le cas au Royaume-Uni (435 €/an pour le Tour).

06. Le Téléthon (96,5 M€ en 2024), le Sidaction, Le Papotin, Lumni, Mon petit France Inter, toutes ces émissions d'utilité sociale et publique disparaîtraient, parce que leur modèle est incompatible avec la rentabilité publicitaire immédiate.

07. Seul l'audiovisuel public finance le journalisme d'investigation audiovisuel

à une échelle structurelle : les dossiers PFAS, Takata, Perrier, Stellantis, Betharam... ne seraient pas sortis ou n'auraient pas connu une telle ampleur sans France Télévisions et Radio France.

08. Dans le contexte de guerre informationnelle

(2^e pays européen le plus ciblé), affaiblir le service public est une faute stratégique majeure, dénoncée par le Sénat comme un « désarmement informationnel ».

09. Dans le contexte de guerre de l'attention

(GAFAM = x14 le budget pub FTV+RF ; 11 % des ados en usage problématique), le service public est un rempart sanitaire et cognitif, produisant des formats longs impossibles à rentabiliser.

10. Comparativement à l'Europe, la France sous-finance son service public

de 60 €/habitant par rapport à l'Allemagne, 30 €/habitant par rapport au Royaume-Uni. Le rapport Alloncle inverse la réalité : la France ne dépense pas trop, elle ne dépense pas assez.

Une question de République et de démocratie

Le Service Public de l'Audiovisuel n'est pas un luxe, ni une institution vieillissante, ni un secteur à moderniser par la destruction. C'est une institution républicaine, au même titre que l'école publique, l'université publique, la Sécurité sociale, la bibliothèque municipale, les services de l'État. Il a une mission démocratique propre :

- Informer sans dépendre d'intérêts privés ou d'algorithmes étrangers.
- Faire société en donnant à chaque citoyen les mêmes références culturelles, sportives, patrimoniales.
- Documenter la France dans sa diversité territoriale, linguistique, ultramarine, religieuse.
- Éduquer sans publicité ni profilage, en particulier les plus jeunes.
- Rayonner internationalement pour défendre la voix de la France.
- Soutenir la création française, sans les commandes du service public, la moitié des producteurs, scénaristes, documentaristes, techniciens français n'aurait plus d'activité.

Les 4 milliards d'euros annuels
du Service Public de l'Audiovisuel
ne sont pas une dépense, ils sont
un investissement de souveraineté.
Ils garantissent à 68 millions
de Français un espace audiovisuel
commun, indépendant, culturellement
riche, démocratiquement contrôlé.
Les réduire, c'est diminuer
la République elle-même.

document publié par LaScam
www.lascam.fr

contact : service communication de LaScam
communication@lascam.fr